

The copyright © of this thesis belongs to its rightful author and/or other copyright owner. Copies can be accessed and downloaded for non-commercial or learning purposes without any charge and permission. The thesis cannot be reproduced or quoted as a whole without the permission from its rightful owner. No alteration or changes in format is allowed without permission from its rightful owner.



**MODEL AMALAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT
ISLAM DARIPADA PERSPEKTIF INSTITUSI PERBANKAN
ISLAM**

AZLINDA BINTI BOHERAN NUDIN



**IJAZAH DOKTOR FALSAFAH
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
2019**



Awang Had Salleh
Graduate School
of Arts And Sciences

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(We, the undersigned, certify that)

AZLINDA BOHERAN NUDIN

calon untuk Ijazah

PhD

(candidate for the degree of)

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**"MODEL AMALAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT ISLAM DARIPADA PERSPEKTIF
INSTITUSI PERBANKAN ISLAM"**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada : **07 Mei 2018.**

*That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on:
May 07, 2018.*

Pengerusi Viva:
(Chairman for VIVA)

Assoc. Prof. Dr. Ariffin Abdul Mutalib

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Luar:
(External Examiner)

Prof. Dr. Mohd Yahya Mohamed Ariffin

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Dalam:
(Internal Examiner)

Prof. Dr. Shukri Ahmad

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia: Prof. Dr. Che Su Mustaffa
(Name of Supervisor/Supervisors)

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia: Dr. Mohd Khairie Ahmad
(Name of Supervisor/Supervisors)

Tandatangan
(Signature)

Tarikh:

(Date) May 07, 2018

Kebenaran Mengguna

Penyerahan tesis ini bagi memenuhi syarat sepenuhnya untuk ijazah Doktor Falsafah Universiti Utara Malaysia, saya bersetuju bahawa Perpustakaan Universiti boleh secara bebas membenarkan sesiapa saja untuk memeriksa. Saya juga bersetuju bahawa penyelia saya atau jika ketiadaannya, Dekan Awang Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences diberi kebenaran untuk membuat salinan tesis ini dalam sebarang bentuk, sama ada keseluruhannya atau sebahagiannya, bagi tujuan kesarjanaan. Adalah tidak dibenarkan sebarang penyalinan atau penerbitan atau kegunaan tesis ini sama ada sepenuhnya atau sebahagian daripadanya bagi tujuan keuntungan kewangan/komersial, kecuali setelah mendapat kebenaran bertulis. Juga dimaklumkan bahawa pengiktirafan harus diberi kepada saya dan Universiti Utara Malaysia dalam sebarang kegunaan kesarjanaan terhadap sebarang petikan daripada tesis saya.

Sebarang permohonan untuk menyalin atau mengguna mana-mana bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya hendaklah dialamatkan kepada:

Dekan Awang Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences

UUM College of Arts and Sciences

Universiti Utara Malaysia

06010 UUM Sintok

Abstrak

Perhubungan awam memberi fokus terhadap hubungan antara organisasi dan pelbagai pihak berkepentingan yang meliputi aktiviti termasuk tanggungjawab sosial korporat (CSR). Kebanyakan kajian lepas banyak meneliti CSR daripada perspektif Barat, namun elemen keagamaan dalam CSR masih kurang diberi perhatian. Kajian yang berkisar tentang elemen keagamaan seperti nilai-nilai Islam juga masih mempunyai batasan dari segi penjelasan konsep yang bersepadu dan pelaksanaan dari sudut pandangan agama Islam. Justeru, tujuan kajian yang dilakukan ini untuk menerangkan konsep, faktor, cabaran, dimensi, komunikasi dan implikasi terhadap pekerja melalui perspektif CSR yang berteraskan Islam. Kaedah kajian kualitatif diaplikasikan dengan menemu bual 27 orang peserta yang meliputi ulama, pelaksana CSR, kakitangan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). Di samping itu, analisis kandungan dalam laporan tahunan, laman sesawang dan *Facebook* BIMB juga digunakan untuk menjelaskan objektif kajian. Dapatan kajian menunjukkan bahawa konsep CSR adalah berdasarkan kepada paradigma Takwa dan juga prinsip *amar makruf nahi mungkar* (melakukan kebaikan dan mencegah kemungkaran), amanah, *hablulminallah hablulminannas* (hubungan dengan Allah dan hubungan dengan makhluk) serta ikhlas. Prinsip-prinsip ini perlu diamalkan oleh pihak pengurusan, pelaksana dan pekerja di dalam organisasi dalam melaksanakan CSR agar memperoleh keberkatan serta meningkatkan kesejahteraan kepada pihak berkepentingan dan organisasi. Dapatan daripada pelaksanaan CSR yang meliputi faktor, cabaran, dimensi, komunikasi, serta implikasi CSR menurut perspektif Islam dilihat sedikit berbeza berbanding menurut perspektif Barat. Model amalan CSR kemudiannya dibangunkan berdasarkan kepada dapatan kajian bagi membantu organisasi yang berteraskan Islam untuk menguruskan CSR secara sistematik. Oleh yang demikian, dapatan kajian dan model amalan CSR berdasarkan perspektif Islam yang dicadangkan, dapat memberi pemahaman yang baharu terhadap kerangka ilmu CSR dan memberi sumbangan dengan lebih lanjut terhadap pembangunan strategi CSR bagi organisasi yang berteraskan Islam.

Kata kunci: Perhubungan awam; Takwa; Amanah; *Amar makruf nahi mungkar*; Komunikasi

Abstract

Public relation focuses on the relationship between an organisation and a variety of stakeholders via various activities including corporate social responsibilities (CSR). Majority of the previous studies have examined CSR from the Western perspectives; however, the religious elements in CSR is still under-emphasized. A study based on religious elements and Islamic values has some limitations on integrated conceptualization and implementation of the Islamic point of view. Hence, this study aims to explain the concepts, factors, challenges, dimensions, communication and implications on employees through Islamic-based CSR perspectives. A qualitative research method was applied by interviewing 27 research participant comprising Islamic scholars, CSR key players, and employees of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). In addition, the content analysis of BIMB annual report, websites and Facebook were also utilised to explain the research objectives. The findings of this study indicate that the concept of CSR is based on the Piety paradigm and the principle *amar makruf nahi mungkar* (commanding to the right and prohibiting from the wrong), trust, *habluminallah habluminannas* (for the sake of Allah and for the good of various stakeholders) and (sincere). These principles need to be practised by the management, key players and employees in the organization in order to attain *barakah* (Allah's blessings) and to enhance the well-being of the stakeholders and organizations. The findings of CSR implementation including factors, challenges, dimensions, communication and implications depict that CSR from Islamic perspective is slightly different from the Western views. A CSR practice model has been developed based on the findings of the study to help the organizations, especially Islamic organization, to manage CSR systematically. Hence, the findings and the proposed model of CSR based on Islamic perspective, may offer new insights to the body of knowledge on CSR and contribute to the further to the development of CSR strategies for Islamic-based organizations.

Keywords: Public relations; Piety; Trust; *Amar makruf nahi mungkar*; Communication

Penghargaan

Merafak rasa syukur atas keizinan-Nya, tesis ini berjaya disempurnakan dengan bimbingan dua insan yang tidak pernah jemu untuk mendidik dan memberi tunjuk ajar kepada saya, Prof. Dr. Che Su Mustaffa dan Dr. Mohd Khairie Ahmad. Terima kasih tidak terhingga terhadap komitmen, panduan dan keringat yang dicurahkan sepanjang saya mengharungi liku perjalanan PhD ini.

Jutaan terima kasih juga buat pihak terlibat dalam penyelidikan ini iaitu Persatuan Ulama Malaysia, Mufti Negeri, Imam Besar Negeri dan pihak Bank Islam Malaysia Berhad yang telah memberikan kerjasama sepenuhnya semasa proses pengumpulan data dijalankan. Sekalung penghargaan buat Kementerian Pendidikan Malaysia di bawah Sektor Pengajian Tinggi atas bantuan kewangan menerusi Skim MyBrain15. Terima kasih juga kepada Puan Azarina Alias serta rakan-rakan di Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi (SMMTC) iaitu Dr. Nan Zakiah, Dr. Joyce Cheah, Dr. Romlah, Muhammad Malek dan lain-lain atas sokongan dan berkongsi suka duka sepanjang saya menyiapkan tesis ini.

Untaian setulus kasih yang tidak terhingga buat kedua ibu bapa, mentua dan ahli keluarga yang banyak membantu, memberi sokongan, dan sentiasa memberikan inspirasi untuk mengejar impian saya. Dedikasi teristimewa buat suami tercinta Mohd Rohiman Bin Subri atas pengorbanan masa dan tenaga, sokongan yang tidak berbelah bagi, sentiasa mencurahkan idea, dan terus bersabar sehingga saya dapat menyiapkan tesis ini. Juga buat pembakar semangat saya iaitu anakanda tercinta, Muayyidah Riz Ayra Binti Mohd Rohiman. Semoga Allah SWT sentiasa merahmati dan memberi kesejahteraan kepada kita semua.

Isi Kandungan

Kebenaran Mengguna	ii
Abstrak	iii
Abstract	iv
Penghargaan	v
Isi Kandungan	vi
Senarai Jadual.....	xii
Senarai Rajah	xiii
Senarai Lampiran	xv
Senarai Nama Singkatan	xvi
BAB SATU PENGENALAN.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Latar Belakang Kajian.....	1
1.3 Permasalahan Kajian	6
1.4 Persoalan Kajian	14
1.5 Matlamat Kajian	15
1.6 Kepentingan Kajian	16
1.7 Definisi Konsep	17
1.7.1 Tanggungjawab Sosial Korporat.....	17
1.7.2 Perspektif Islam	18
1.7.3 Konsep CSR.....	18
1.7.4 Pelaksanaan CSR	19
1.7.5 Implikasi CSR.....	19
1.8 Skop Kajian.....	20
1.9 Kesimpulan Bab.....	21

BAB DUA ULASAN KARYA	22
2.1 Pendahuluan	22
2.2 Perkembangan CSR	22
2.3 Konsep CSR.....	25
2.3.1 Sudut Pandangan Konvensional	26
2.3.2 Perspektif Islam	31
2.3.3 Rumusan Konsep CSR	42
2.4 Faktor CSR dilaksanakan	43
2.5 Cabaran Melaksanakan CSR	47
2.6 Dimensi Pelaksanaan CSR	51
2.7 Elemen Tanggungjawab dalam Islam	56
2.8 Komunikasi Isu CSR	60
2.9 Implikasi CSR	66
2.10 Kritikan Model CSR Barat	74
2.11 Teori CSR	83
2.11.1 Teori Pihak Berkepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>)	83
2.11.2 Teori Kesahihan (<i>Ligitimacy Theory</i>).....	85
2.12 Kesimpulan Bab	87
BAB TIGA KAEDAH KAJIAN	88
3.1 Pendahuluan	88
3.2 Organisasi Kajian	88
3.3 Reka Bentuk Kajian	89
3.3.1 Temu Bual Mendalam	90
3.3.1.1 Kaedah Persempelan	91
3.3.1.2 Peserta Penyelidikan	92

3.3.1.2.1 Kategori Ulama	93
3.3.1.2.2 Kategori Pelaksana CSR	95
3.3.1.2.3 Kategori Kakitangan	97
3.3.1.3 Pengumpulan Data	98
3.3.1.4 Analisis Data	103
3.3.2 Analisis Kandungan	104
3.3.2.1 Sampel Kajian	105
3.3.2.2 Pengumpulan Data	107
3.3.2.3 Analisis Data	109
3.4 Kesahan dan Kebolehpercayaan Kajian	111
3.5 Kesimpulan Bab	112
BAB EMPAT DAPATAN TEMU BUAL MENDALAM	114
4.1 Pendahuluan	114
4.2 Konsep CSR Menurut Perspektif Islam	114
4.2.1 Takwa	116
4.2.2 <i>Amar Makruf Nahi Mungkar</i>	123
4.2.3 Amanah	132
4.2.4 <i>Hablulminallah Hablulminnas</i>	140
4.2.5 Ikhlas	146
4.3 Faktor Pelaksanaan CSR Islam	152
4.3.1 Kewajipan Umat Islam	153
4.3.2 Identiti Organisasi Islam	156
4.3.3 Memenuhi Tuntutan Pihak Berkepentingan	163
4.4 Cabaran Melaksanakan CSR Islam	166
4.4.1 Strategi Komunikasi	167

4.4.2 Integriti Maklumat	170
4.4.3 Pengurusan Dana	174
4.5 Dimensi Pelaksanaan CSR Islam	177
4.5.1 Dimensi Sosial	178
4.5.1.1 Aktiviti Melibatkan Masyarakat	179
4.5.1.2 Program Terhadap Pekerja	184
4.5.2 Dimensi Ekonomi	187
4.5.2.1 Program kepada Masyarakat	187
4.5.2.2 Program untuk Pelanggan	189
4.5.3 Dimensi Alam Sekitar	192
4.5.3.1 Penyertaan Masyarakat	193
4.5.3.2 Penglibatan Pekerja	195
4.6 Implikasi Terhadap Pekerja	197
4.6.1 Mengeratkan Hubungan	198
4.6.2 Meningkatkan Motivasi Pekerja	206
4.6.3 Kesetiaan Terhadap Organisasi	210
4.7 Kesimpulan Bab	216
BAB LIMA DAPATAN ANALISIS KANDUNGAN.....	217
5.1 Pendahuluan	217
5.2 Analisis Saluran Komunikasi CSR	217
5.3 Isu CSR yang dikomunikasikan	225
5.3.1 Isu komuniti	225
5.3.1.1 Pendidikan	226
5.3.1.2 Sumbangan dan Kebajikan	230
5.3.1.3 Zakat	234

5.3.1.4 Wakaf	235
5.3.2 Pasaran	236
5.3.2.1 Produk dan Perkhidmatan	237
5.3.2.2 Berkongsi Pengetahuan	239
5.3.2.3 Peluang Kerjaya	241
5.3.3 Persekitaran	242
5.3.3.1 Kempen Kesedaran dan Sokongan	243
5.3.3.2 Pembersihan dan Penanaman	244
5.3.3.3 Pengurusan Sumber	246
5.3.4 Sumber Manusia	247
5.3.4.1 Latihan dan Pembangunan	247
5.3.4.2 Kebajikan	248
5.3.4.3 Kesihataan dan Keselamatan	250
5.3.5 Lain-Lain	251
5.3.5.1 Objektif Korporat	252
5.3.5.2 Anugerah	253
5.3.5.3 Pelanggan	254
5.3.5.4 Pembekal	254
5.4 Kesimpulan Bab	255
BAB ENAM PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN.....	257
6.1 Pendahuluan	257
6.2 Ringkasan Kajian	257
6.3 Konsep CSR Menurut Perspektif Islam	259
6.4 Faktor Pelaksanaan CSR Menurut Perspektif Islam	266
6.5 Cabaran Pelaksanaan CSR Menurut Perspektif Islam	270

6.6 Dimensi Pelaksanaan CSR Menurut Perspektif Islam	274
6.7 Isu CSR Menurut Perspektif Islam yang Dikomunikasikan	278
6.8 Implikasi Pelaksanaan CSR Terhadap Pekerja	282
6.9 Model Amalan CSR Menurut Perspektif Islam	285
6.10 Rumusan Dapatan Kajian	292
6.11 Sumbangan Kajian	292
6.12 Cadangan Kajian Lanjutan	295
6.13 Kesimpulan	296
RUJUKAN	298



Senarai Jadual

Jadual 3.1 Maklumat Peserta Penyelidikan – Ulama	95
Jadual 3.2 Maklumat Peserta Penyelidikan – Pelaksana CSR	96
Jadual 3.3 Maklumat Peserta Penyelidikan – Kakitangan	97
Jadual 3.4 Jangka Masa Temu Bual Mengikut Kategori Peserta Penyelidikan	99
Jadual 4.1 Maklumat Peserta Penyelidikan – Konsep CSR Menurut Perspektif Islam	115
Jadual 5.1 Sampel Laporan CSR Mengikut Saluran Komunikasi dan Bahagian yang dianalisis	218
Jadual 5.2 Taburan Frekuensi Tema dan Sub-Sub Tema Isu CSR yang dikomunikasikan Mengikut Saluran Komunikasi	219



Senarai Rajah

Rajah 2.1 Piramid CSR Carroll	75
Rajah 4.1 Konsep CSR Menurut Perspektif Islam	116
Rajah 4.2 Konsep Takwa	117
Rajah 4.3 Prinsip <i>Amar Makruf Nahi Mungkar</i>	124
Rajah 4.4 Prinsip Amanah	132
Rajah 4.5 Prinsip <i>Hablulminallah Hablulminannas</i>	140
Rajah 4.6 Prinsip Ikhlas	146
Rajah 4.7 Faktor Pelaksanaan CSR Menurut Perspektif Islam di BIMB	152
Rajah 4.8 Faktor Kewajipan Umat Islam	153
Rajah 4.9 Faktor Identiti Organisasi Islam	156
Rajah 4.10 Faktor Memenuhi Tuntutan Masyarakat	164
Rajah 4.11 Cabaran Pelaksanaan CSR Menurut Perspektif Islam	167
Rajah 4.12 Cabaran Strategi Komunikasi	168
Rajah 4.13 Cabaran Integriti Maklumat	171
Rajah 4.14 Cabaran Pengurusan Dana	175
Rajah 4.15 Dimensi Pelaksanaan CSR Islam	178
Rajah 4.16 Dimensi Sosial	179
Rajah 4.17 Dimensi Ekonomi	187
Rajah 4.18 Dimensi Alam Sekitar	193
Rajah 4.19 Implikasi Pelaksanaan CSR Islam di BIMB Terhadap Pekerja	198
Rajah 4.20 Implikasi Terhadap Perkerja – Mengeratkan Hubungan	199
Rajah 4.21 Implikasi Pelaksanaan CSR Terhadap Perkerja – Memberi Motivasi... ..	206
Rajah 4.22 Implikasi Terhadap Perkerja - Kesetiaan Terhadap Organisasi	211
Rajah 5.1 Hasil Analisis Isu CSR yang Dikomunikasikan dalam Laporan Tahunan Mengikut Tema dan Tahun	221

Rajah 5.1 Hasil Analisis Isu CSR yang Dikomunikasikan dalam Laman Sesawang	
Mengikut Tema dan Tahun	223
Rajah 5.3 Hasil Analisis Isu CSR yang Dikomunikasikan dalam Facebook	
Mengikut Tema dan Tahun	224
Rajah 5.4 Tema Isu Komuniti	226
Rajah 5.5 Isu Pasaran	237
Rajah 5.6 Isu Persekitaran.....	243
Rajah 5.7 Tema Sumber Manusia	247
Rajah 5.8 Isu Lain-Lain.....	252
Rajah 6.1 Model Amalan CSR Menurut Perspektif Islam.....	287



Senarai Lampiran

Lampiran A Protokol Temu Bual Ulama	317
Lampiran B Protokol Temu Bual Pelaksana	320
Lampiran C Protokol Temu Bual Kakitangan	323
Lampiran D Surat Permohonan Temu Bual	326
Lampiran E Surat Pengumpulan Data daripada Universiti	327
Lampiran F Maklumat Projek Penyelidikan	328
Lampiran G Borang Persetujuan Penyertaan	331
Lampiran H Protokol Pengekoden Analisis Kandungan	333
Lampiran I Contoh Transkrip Temu Bual.....	334



Senarai Nama Singkatan

CSR	Tanggungjawab Sosial Korporat
CR	Tanggungjawab Korporat
SWT	Subhanahu wa Taala
SAW	Sallallahu alaihi wasallam
BIMB	Bank Islam Malaysia Berhad



BAB SATU

Pengenalan

1.1 Pendahuluan

Kajian yang dilakukan adalah melibatkan isu berkaitan dengan tanggungjawab sosial korporat (CSR) dengan mengambil kira aspek keagamaan sebagai perspektif kajian. Bab ini menerangkan berkaitan dengan latar belakang kajian bagi memberikan penjelasan berkaitan dengan kajian yang dilakukan. Di samping itu, permasalahan kajian berkaitan dengan isu yang timbul serta persoalan kajian dan objektif kajian berkaitan isu yang dikaji turut dinyatakan dengan terperinci. Kepentingan kajian juga turut dibincangkan bagi menjelaskan berkaitan dengan keperluan kajian yang dilakukan. Seterusnya definisi operasional serta skop kajian turut dinyatakan dengan terperinci.

1.2 Latar Belakang Kajian

Perhubungan awam merupakan disiplin komunikasi kontemporari yang memberi fokus kepada organisasi, komunikasi, pengurusan hubungan dan jangkaan sosial. Menerusi pemahaman berkaitan jangkaan sosial organisasi seperti tindakan dan peranan di dalam masyarakat, amalan perhubungan awam berusaha membentuk aktiviti dan polisi organisasi sebagaimana persepsi publik terhadap organisasi. Edward L. Bernays mencadangkan perhubungan awam perlu memberi fokus kepada tanggungjawab sosial dengan memenuhi jangkaan publik (Bartlett, 2011). Menurut Bartlett (2011) lagi, amalan perhubungan awam perlu menekankan berkaitan dengan hubungan dan jangkaan antara organisasi, pihak berkepentingan dan masyarakat secara umumnya.

RUJUKAN

- Abdul Rashid, M. Z., & Ibrahim, S. (2002). Executive and management attitude towards corporate social responsibility in Malaysia. *Corporate Governance*, 2(4), 10-16.
- Ab Rahman, A. (2009). Peranan wakaf dalam pembangunan ekonomi Islam dan aplikasinya di Malaysia. *Jurnal Syariah*, 17(1), 113-152.
- Abu Bakar, F (2015). Corporate Social Responsibility (CSR) management process at Bank Islam Malaysia Berhad. *Tesis PhD tidak diterbitkan*. Universiti Utara Malaysia, Kedah.
- Adhari, A. (2015). *Tinjauan Yuridis: Kebijakan Pemberlakuan Tanggung Jawab Corporate Social Responsibility (CSR)*. Diakses daripada https://www.linkedin.com/pulse/what-kind-future-work-we-educating-ourkids_jeff-selingo
- Aguilera, R. V., Williams, C. A., Conley, J. M., & Rupp, D. E. (2006). Corporate governance and social responsibility: A comparative analysis of the UK and the US. *Corporate Governance: An International Review*, 14(3), 147-58.
- Ahmad, I. (2009). *Pengertian Ulama dan Ciri-Ciri Ulama*. Diakses daripada <https://idrisahmad.wordpress.com/2009/05/04/pengertian%E2%80%99ulama%E2%80%99-dan-ciri-ciri-ulama%E2%80%99/>
- Ahmad, K. (2001). Quality management: Islamic values and implications. Dalam K. Ahmad & A. M. Sadeq (Eds.), *Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches*. London: Asean Academic Press Ltd.
- Al-Atrash. (2002). *Hakekat AlTaqla*. Alexandria: Dar- Aliman.
- Albdour, A. A., Nasruddin, E. & Lin, S. K. (2010). The relationship between internal corporate social responsibility and organizational commitment within the banking sector in Jordan. *International Journal of Human and Social Sciences*, 5(14), 932-949.
- Albdour, A. A. & Altarawneh, I. I. (2012). Corporate social responsibility and employee engagement in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 7(16), 89-105.
- Albright, K. S. (2004). Environmental scanning: Radar for success. *Information Management Journal*, 38(3), 38-45.
- Al-Buraey, M. (1985). *Administrative Development: An Islamic Perspective*. London, UK: KPI
- Al-Quran
- Al-Qaradawiy, Y. (2000). *Ikhlas dalam Ibadah & Perjuangan*. Selangor: Persatuan Ulama Malaysia.

- Al-Sharawi, M. (2004). *Mafatih al-rizk wa abwab al-faraj (The keys to wealthy lives and the doors to success)*. Cairo: Al Tawfikia Publications.
- ALshbiel, S. O., & AL-Awawdeh, W. M. (2012). Internal social responsibility and its impact on job commitment: Empirical study on Jordanian cement manufacturing co. *International Journal of Business and Management*, 6(12),94-102.
- Amaeshi, K. M. & Adi, B. (2007). Reconstructing the corporate social responsibility construct in Utlish. *Business Ethics: A European Review*, 16(1), 3-18.
- Amran, A., & Devi, S. S. (2008). The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: The case of Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 23(4), 386-404.
- Aras, G. & Crowther, D. (2009). *The Durable Corporation*. Farnham: Gower Publishing.
- Arevalo, J. A., & Aravind, D. (2011). Corporate social responsibility practices in India: approach, drivers, and barriers. *Corporate Governance*, 11(4), 399-414.
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 64, 1070- 1074.
- Australian Center for Corporate Social Responsibility (ACCSR) (2007). The CSR Manager in Australia: Research report on working in corporate social responsibility. Diakses daripada [www. Accsr.com.au/](http://www.accsr.com.au/)
- Babiak, K., & Wolfe, R. (2009). Determinants of corporate social responsibility in proffesional sport: Internal and external factors. *Journal of Sport Management*, 23, 717-742.
- Barako, D. G. & Brown, A. M. (2008). Corporate social reporting and board representation: evidence from the Kenya banking sector. *Journal of Management and Governance*, 12, 309-324.
- Bartlett, J. L. (2011). Public Relation and Corporate Social Responsibility. Dalam Ihlen, O., Bartlett, J. L. & May, S. (eds.). *The handbook of communication and corporate social responsibility*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Basah, M. Y. A., & Md Yusuf, M. (2013). Islamic bank and corporate social responsibility (CSR). *EJBM-Special Issue: Islamic Management and Business*, 5(11), 194-209.
- Bauman, C. W. & Skitka, L. J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organization Behaviour*, 1-24.
- Bazeley, P. (2009). Analysing qualitative data: More than, identifying themes. *The Malaysian Journal of Qualitative Research*, 2(2), 6-22.

- Bedard, J., & Gendron, Y. (2004). Qualitative research on accounting: Some thoughts on what occurs behind the scene. Dalam C. Humphrey & B. Lee (Eds.). *The real life guide to accounting research: A behind -the-scene view of using qualitative research methods* (pp. 191-206). Oxford: Elsevier Ltd.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A (1999). *Leadership: An Islamic Perspective*. Kuala Lumpur: Amana Publications.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 60, 131-145.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, Ill: Free Press.
- Berger, I., Cunningham, P., Drumwright, M. (2007). Mainstreaming corporate social responsibility: Developing markets of virtue. *California Management Review*, 49(4), 132-157.
- Bernays, E. (1923). *Crystallizing public opinion*. New York, NY: Boni and Liveright.
- Bernays, E. (1975). Social responsibility of business. *Public Relation Review*, 1(3), 516.
- Blomback, A., & Wigren, C. (2009). Challenging the important of size as determinant for CSR activities. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20(3), 255-270.
- Boehm, A. (2005). The participation of businesses in community decision making. *Business & Society*, 44(2), 144–177.
- Borhan, A. S. (2011). *Pelaksanaan pembangunan wakaf korporat Johor Corporation Berhad (Jcorp): Satu tinjauan*. Dibentangkan di International Conference on Humanities 2011.
- Bortree, D. S. (2014). The state of CSR communication research: A summary and future direction. *Public Relations Journal*, 8(3), 1-8.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
- Boyce, C., & Palena, N. (2006). *Conducting in-depth interviews: A Guide for designing and conducting in depth interviews for evaluation input*. Watertown. MA: Pathfinder International.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1), 5-15.

- Braun, V. and Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). 77-101.
- Brown, T., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Bruch, H., & Walter, F. (2005). The keys to rethinking corporate philanthropy. *MIT Sloan Management Review*, 47(1), 49-55.
- Burmeister, E., & Aitken, L. M. (2012). Sample size: How many is enough?. *Australian Critical Care*, 25, 271-274.
- Burson, H. (1974). The public relations function in the socially responsible corporation. Dalam Anshon, M. (ed). *Managing the socially responsible corporations* (pp. 222-234). New York, NY: Macmillan.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways?. *Academy of Management Review*, 32 (3).
- Carlisle, Y. M. & Faulkner, D. O. (2004). Corporate social responsibility: A stages framework. *European Business Journal*, 16(4), 143-151.
- Carroll, A. B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497- 505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Carroll, A. B. (2016) Carroll's pyramid of CSR: Taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility* . doi: 10.1186/s40991-016-0004-6
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2006). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Mason: Thomson.
- Castka, P., Bamber, C. J., Bamber, D. J., & Sharp, J. M. (2004). Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems - in search of a feasible CSR management system framework. *The TQM Magazine*, 16(3), 216-224.
- Che Man, N. & Borhan, J. T. (2010). Pelaksanaan tanggungjawab sosial korporat: Implikasi dan keberkesanannya kepada masyarakat. *Prosiding Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke V*.
- Chen, S., & Bouvain, P. (2009). Is corporate responsibility converging? A comparison of corporate responsibility reporting in the USA, UK, Australia and Germany. *Journal of Business Ethics*.
- Cheng, W. L., & Ahmad, J. (2010). Incorporating stakeholder approach in corporate social responsibility (CSR): A case study at multinational corporations (MNCs) in Penang. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 593-610.

- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Claydon, J. (2011). A new direction for CSR: the shortcomings of previous CSR models and the rationale for a new model. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 405-420.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). Internet contagion theory 2.0: How Internet communication channels empower stakeholders. Dalam Duhe, S. C. (ed.). *New Media and Public Relations* (2nd ed.). New York: Peter Lang Publishing.
- Commission of the European Communities (2001). Green Paper Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Commission of the European Communities, Brussels.
- Cone, C. L., Feldman, M. A., & T.DaSilva, A. (2003). Cause and effect. *Harvard Business Review*, 81(7), 95-101.
- Conger, J. A. (1998). Qualitative research as the cornerstone methodology for understanding leadership. *Leadership Quarterly*, 9(1), 107-121.
- Cooke, D. (2010). Building social capital through corporate social investment. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 2(1), 71-87.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2008). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Cormier, D. & Gordon I. M. (2001). An examinations of social and environmental reporting strategies". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587-617.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J.W. (2003). *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches* (2nd ed.). Thousand Oak, CA: Sage Publication.
- Creswell, J.W. (2013). *Research design qualitative and quantitative* (2nd ed.). Thousand Oak, CA: Sage Publication.
- Crowther, D. & Rayman-Bacchus, L. (2004). *Perspective on Corporate Social Responsibility*. Aldershot: Ashgate.
- Dahlsud, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental*, 15, 1-13.

- Darus, F., Yusoff, H., Abang Naim, D. M., Mohamed Zain, M., Amran, A., Fauzi, H., *et al.* (2013). Islamic Corporate Social Responsibility (i-CSR) Framework from the Perspective of Maqasid al-Syariah and Maslahah. *Issues in Social & Environmental Accounting*, 7(2), 102-112.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322.
- Dawkins, J., & Lewis, S. (2003). CSR in stakeholder expectations: And their implication for company strategy. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 185-193.
- Daymon, C. & Holloway, I. (2002). *Qualitative Research Methods in public Relations and Marketing Communication* (2nd ed.). New York: Routledge
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 282-312.
- Deegan, C. & Rankin, M. (1997). The materiality of environmental to users of annual reports. *Accounting, Auditing, and Journal*, 10(4), 562-583.
- Den Hond, F., & De Bakker, F.G.A. (2007). Ideologically motivated activism: How activist groups influence corporate social change activities. *Academy of Management Review*, 32(3), 901-924
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2000). Introduction: The discipline and practice of qualitative research. Dalam Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implication. *Academy of Management Journal*, 20(1), 65-91.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: Method, application and issues. *Health care for women international*, 13(3), 313-321.
- Dowling, G. R. (1986). Managing your corporate images. *Industrial Marketing Management*, 15(2), 109-115.
- Dusuki, A. W. (2008). What does Islam say about corporate social responsibility? *International Association for Islamic Economic*, 12(1), 5-28.
- Dusuki, A. W. (2017). Tadbir urus berteraskan syariah. Sinar Online. Diakses daripada www.sinarharian.com.my
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shari'ah, maslahah and corporate social responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25-45.

- Dusuki, A. W. & Dar, H. (2005). Stakeholders' perception of corporate social responsibility of Islamic banks: Evidence from Malaysia economy. *Proceedings the Sixth International Conference on Islamic on 21-24 November 2005 at Jakarta, Indonesia*.
- Dusuki, A. W., & Yusof, T. F. M. T. M. (2008). The pyramid of corporate social responsibility model: Empirical evidence from Malaysian stakeholder perspectives. *Malaysian Accounting Review*, 7(2), 29-54.
- Epstein, E. M. (1989). Business ethics, corporate good citizenship and the corporate social policy process: A view from the United States. *Journal of Business Ethics*, 8, 583-593.
- Elo, S & Kyngas, H. (2007). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- Farook, S (2007). On corporate social responsibility of Islamic financial institutions. *Journal of Islamic Economic Studies*, 15(1), 31-46.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 2(2), 233-258.
- Fontana, A. & Frey, J. H. (1994). Interviewing: The art of science. Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.). *Handbook Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage
- Ford, N. (2007). Corporate social responsibility in African context. *New African*, 465, 50-52.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing Inc.
- Galbreath, J. (2010). Drivers of corporate social responsibility: The role of formal strategic planning and firm culture. *British Journal of Management*, 21, 511-525.
- Gao, Y. (2011). CSR in an emerging country: A content analysis of CSR reports of listed companies. *Baltic Journal of Management*, 6(2), 263-291.
- Gaubrium, J. F., & Holstein, J. A. (2002). *Handbook of Interview Research: Context and Method*. Thousand Oak, CA: Sage Publications.
- Gephart, B. (2004). Qualitative Research and the Academy of Management Journal. *Academy of Management Journal*, 47(4), 454-462.
- Ghazali, N. A. M. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some Malaysian evidence. *Corporate Governance*, (3), 251-266.
- Gill, U. (2011). *Understanding Islam's link with corporate social responsibility and sustainability*. Corporate Governance & Responsibility: Realizing Sustainability Forum 2011.

- Goi, L. C & Yong, K. H (2009). Contribution of Public Relation (PR) to corporate social responsibility (CSR): A review on Malaysia perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 1(2), 46-49.
- Gokulsing, R. D. (2011). CSR matters in the development of Mauritius. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 218-233
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *The Qualitative Report*, 8(4), 597-607.
- Golob, U., Podnar, K., Elving, W. J. L., Nielsen, A. E., Thomsen, C. & Schultz, F. (2013). CSR communication: Quo vadis?. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(2), 176-192.
- Gond, J. P., El-Akrem, A., Igalens, J. & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Centre of Corporate Social Responsibility*, 54, 1-47.
- Ghosh, A., & Chakraborty, C. (2014) Beyond corporate social responsibility: Ethic in Action. *Global Virtue Ethics Rev*, 6(4), 60-99.
- Gray, R. H., Owen, D., & Maunders, K., (1987). Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability. London: Prentice-Hall International.
- Griffin J. (2000). Corporate social performance: Research directions for the 21st century. *Business & Society*, 39(4), 479-491.
- Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. Dalam Grunig, J. E., Dozier, D. M., & Ehling, W. P *et al.* (eds), *Excellence in public relations and communications management* (pp. 1-30). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Haniffa, R. M. & Hudaib, M. (2004). Disclosure practices of Islamic financial institutions: An exploratory study. Kertas Kerja, Bradford School of Management, University of Bradford, Bradford.
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97-116.
- Haque, M.S & Ahmad, J. (2016). Islamic ethics in public relations. *Journal of Education and social Sciences*, 4, 189-193.
- Hassan, A. (2002). Organizational justice as a determinant of organizational commitment and intention to leave. *Asian Management Journal*, 7(2), 55-66.
- Hasan, A. & Harahap, S. S. (2010). Exploring corporate social responsibility disclosure: The case of Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 203-227.

- Hassan, S. & Christopher, T. (2005). Corporate governance statement disclosure of Malaysian banks and the role of Islam. *Asian Review of Accounting*, 13(2), 36-50.
- Heath, R. L. (ed.) (2001). *Handbook of public relations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hung, W. T., Ramasamy, B., & Lee, C. G. (2010). Management systems and the CSR engagement. *Social Responsibility Journal*, 6(3), 362-373.
- Ibrahim, B. (2000). *Meraih Kebaikan Mencegah Kemungkaran*. Kuala Lumpur: Darul Nu,man.
- Idowu, S.O., & Towler, B. A. (2004). A comparative study of the contents of corporate social responsibility reports of UK companies. *Management of environmental quality: An International Journal*, 15(4), 420-437.
- Ihlen, O., Bartlett, J. L. & May, S. (2011). Corporate social responsibility and communication. Dalam Ihlen, O. Bartlett, J. L. & May, S. (Eds). *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Ikbal, M. D. (2015). The Islamic roots of modern public relations and corporate social responsibility. *World Vission*, 9(1), 160-168.
- Ishak, A. & Nurjanah, A. (2015). Komunikasi CSR Program CSR Rumah Srikandi PT Sari Husada Yogyakarta Kepada Stakeholder. *Channel*, 3(1), 23-35.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262.
- Jamali, D., Zanhour, M., & Keshishian, T. (2009). Peculiar strengths and relational attributes of SMEs in the context of CSR. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 355-377.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *Carlifonia Management Review*, 22(3), 59-67.
- Jones, T. M., & Wicks, A. C. (1999). Convergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 24(2), 206-221.
- Joyne, B. E. & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311.
- Juliandi, A. (2016). Budaya Organisasi Menurut Tasawur Islam Di Bank-Bank Syariah kota medan, Indonesia. Thesis PhD tidak diterbitkan. Universiti Sains Malaysia.

- Kamil, N. M. (2012). Organizational citizenship behavior from Islamic perspective and the role of Taqwa: Empirical analysis of business organizations in Malaysia. International Islamic University Malaysia.
- Kartini, H. A. (2012). Taqwa penyelamat ummat . *Al'ulum*, 2(52), 26-35.
- Katamba, D., Kazooba, C. T., Mpisi, S. B., Nkiko, C. M., Nabatanzi-Muyimba, A. K., & Kekaramu, J. H. (2012). Corporate social responsibility management in Uganda: Lessons, challenge, and policy implications. *International Journal of Social Economics*, 39(6), 375-390.
- Kechiche, A., & Sparnot, R. (2012). CSR within SMEs: Literature review. *International Business Research*, 5(7), 97-104.
- Khan, M.S.U., & Karim, M. N. (2010). Corporate social responsibility: Contemporary thought and Islamic perspective. *Thoughts on Economics*, 21(1), 45-65.
- Khoo, H. H., & Tan, K. C. (2002). Using the Australian Business Excellence Framework to achieve sustainable business excellence. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 9(4), 196-205.
- Khurshid, M. A., Al-Aali, A., Soliman, A. A., & Mohamad Amin, S. (2014). Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *Competitiveness Review*, 24(4), 258-274.
- Kim, J. B., Kwak, G., & Koo, Y. R. (2010). A note on corporate social responsibility (CSR) in city branding and design. *The Asian Journal on Quality*, 11(3), 251-265.
- Kim, S. Y., & Reber, B. H. (2008). Public relations' place in corporate social responsibility: Practitioners define their role. *Public Relations Review*, 34(4), 337-342.
- Knox, S., & Maklan, S. (2004). Corporate social responsibility: Moving beyond investment towards measuring outcomes. *European Management Journal*, 22(5), 508-516.
- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. London: Sage Publication.
- Laash, O. & Conaway, R. N. (2011). "Making it do" at the movie theatres: Communicating sustainability in the workplace. *Business Communication Quarterly*, 74(1), 68-78.
- Laudal, T. (2010). An attempt to determine the CSR potential of the international clothing business. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 63-77.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7) 595-632.
- Lauesen, L. M. (2011). CSR in publicly owned enterprises: Opportunities and barriers. *Social Responsibility Journal*, 7(4), 558-577.

- Lee, C. H., & Bruvold, N. T. (2003). Creating value for employees: Investment in Training and Education. *International Journal of Human Resources Management*, 14(6), 981-1000.
- Leonard, M. (1997). Count on them in, corporate America is eager to volunteer help to the needy: The reason is the bottom-line. *The Boston Globe*.
- Lewis, S. (2003). Reputation and corporate responsibility. *Journal of Communication Management*, 7(4), 356-364.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- Lo, C., Egri C. P., & Ralston D. A. (2008). Commitment to corporate, social, and environmental responsibilities: An insight into contrasting perspectives in China and the US. *Organisation Management Journal*, 5, 83-98.
- Maali, B., Casson, P., & Napier, C. (2006). Social reporting by Islamic Banks. *ABACUS*, 42(2), 266-289.
- MacLagan, P. (1999). Corporate social responsibility as a participative process. *Business Ethics: A European Review*, 8(1), 43-49.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Maignan, I., & Ferrell, O. (2001). Antecedents and benefits of corporate citizenship: An investigation of French businesses. *Journal of Business Research*, 51(1), 37-51.
- Maignan, I., & Ralston, D. A. (2002). Corporate social responsibility in Europe and U.S : Insights from businesses self presentation. *Journal of International Business Studies*, 33(3), 497-514.
- Mamic, I. (2004). *Implementing Codes of Conduct: How Businesses Manage Social Performance in Global Supply Chain*. Geneva: International Labour Office (ILO) in Association with Greenleaf Publishing.
- Marrewijk, M. V. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95-105.
- May, S. K. (2011). *Corporate social responsibility: Vice or virtue?* Cambridge, UK: Polity Press.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, 21, 603-619.

- McWilliams, A., Siegel, D.S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Merriam, S. B. (1988). *Case study research in education*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Merriam, S. B. (2001). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Meutia, I. (2010). "Shariah Enterprise Theory sebagai Dasar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial untuk Bank Syariah". *Tesis PhD tidak diterbitkan*, Universitas Brawijaya, Indonesia.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Min-Dong, P. L. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Review*, 10(1), 53-73.
- Mirfazli, E. (2008). Corporate social responsibility (CSR) information disclosure by annual reports of public companies listed at Indonesia stock exchange (IDX). *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(4), 275-284.
- Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262.
- Mohamad, F. (1996). *Konsep tutur bicara dalam Islam*. Johor Bahru: Jahabersa.
- Mohammed, J. A. (2007). Corporate social responsibility in Islam. Tesis PhD tidak diterbitkan, Auckland University of Technology, New Zealand.
- Mohd Ghazali, N. A. (2007). Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some Malaysian evidence. *Corporate Governance*, 7(3), 251-266.
- Mohd Nor, S. (2012). Integrating moral in a dynamic model of corporate social responsibility in Islamic economic and finance. *Asian and African Area Study*, 11(2), 137-150.
- Mohd Tobi, S. U. (2017). *Kajian Kualitatif dan Analisis Temu Bual*. Kuala Lumpur: Aras Publisher.
- Morse, J. M. & Richards, L. (2002) *Read Me First for a User's Guide to Qualitative Methods*. Thousand Oak, CA: Sage Publications.
- Mohsen, N. R. M. (2007). Leadership from the Quran, operationalization of concepts and empirical analysis: Relationship between Taqwa, trust and business leadership effectiveness. Tesis PhD tidak diterbitkan, Universiti Sains Malaysia, Malaysia.

- Morsing, M., & Beckmann, S. C. (eds). (2006). *Strategic CSR communication*. Copenhagen, Denmark: Jurist-og Oknomforbundets Forlag.
- Muwazir, M. R., Muhamad, R., & Noordin, K. (2006). Corporate sosial responsibility disclosure: A tauhidic approach. *Jurnal Syariah*, 14(1), 125-142.
- Muhamad, R. (2007). *Corporate social responsibility: An Islamic Perspective*. Paper presented at The Global Academy of Business and Economic Research, Bangkok.
- Naqvi, S. N. H. (2001). The Islamic ethical system. Dalam Ahmad, K & Sadeq, A. M. (Eds.). *Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches*. London: Asean Academic Press Ltd.
- Nasaruddin, A. S. (1996). *Bimbingan Menuju Taqwa*. Kuala Lumpur: Perniagaan Jahabersa.
- Neviana (2010). *Tripple Bottom Line: Lebih dari Sekadar Profit*. Diakses daripada <https://swa.co.id/swa/my-article/triple-bottom-line-lebih-dari-sekadar-profit>
- Nielsen, A. E., & Thomsen, C. (2007), Reporting CSR-what and how to say it? *Corporate Communication: An International Journal*, 12(1), 25-40.
- Nielsen, A. E., & Thomsen, C. (2009). CSR communication in small and medium sized enterprise: A study of the attitudes and beliefs of middle managers. *Corporate Communication: An international Journal*, 14(2), 176-199.
- Ninda, I. (2016). *Komunikasi corporate social responsibility melalui website*. Tesis PhD tidak diterbitkan, Universitas Sebelas Maret., Indonesia.
- Neimark, M. D. (1992). *The Hidden Dimension of Annual Reports*. London: PaulChapman.
- Noah, S. M. (2002). *Reka Bentuk Penyelidikan: Falsafah, Teori dan Praktis*. Selangor: Penerbit Universiti Putra.
- Novak, M. 1996. *Business as a Calling: Work and the Examined Life*. New York: The Free Press.
- Nurjannah, Suwatno & Damayanti, W. (2017). Komunikasi Corporate Social Responsibility pada official website perusahaan badan usaha milik negara. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 311-325.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371.
- Othman, R., & Thani, A. (2010). Islamic social reporting of listed companies in Malaysia. *The International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 135.

- Panapanaan, V. M., Linnanen, L., Karvonen, M. M., & Phan, V. T. (2003). Roadmapping corporate social responsibility in Finnish companies. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 133-148.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Newbury Park, CA: Sage Publication
- Perrini, F. (2006a). The practitioner's perspective on non-financial reporting. *California Management Review*, 48(2), 73-103.
- Perrini, F. (2006b). SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 305-316.
- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business and Society*, 43, 296-319.
- Podnar, K. (2008). Guest editorial: Communicating corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 75 -1.
- Polkinghorne, D. E. (1989). Phenomenological research methods. Dalam Valle, R. S. & Halling, S. (Eds.). *Existential-phenomenological perspectives in psychology: Exploring the breadth of human experience* (pp. 41-60). New York: Plenum Press.
- Portney, P. R. (2008). The (not so) new corporate social responsibility: An empirical perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2(2), 261-275.
- Quinio, K. (2009). Practice and perception: The diffusion of corporate social responsibility (CSR). Tesis master tidak diterbitkan, Georgetown University, Washington.
- Rahman, N. H. W. A., Zain, M. M. & Al-Haj, N. H. Y. Y. (2011). CSR disclosures and its determinants: Evidence from Malays government link companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 181-201.
- Ramasamy, B., & Hung, W. T. (2004). A comparative analysis of corporate social responsibility awareness: Malaysian and Singapore firms. *The Journal of Corporate Citizenship*, 13, 109-123.
- Razak, M.S.A (2013). *Wasiat Sebelum Dirimu Bergelar Ulama*. Kuala Lumpur: Telaga Biru Sdn Bhd.
- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implications for business. *Journal of Business Ethics*, 18, 345-358.
- Rowley, T., & Berman, S. (2000). A brand new brand of corporate social performance. *Business & Society*, 39(4), 397-418.

- Sabir, H. M, Kalyar, M.N., Ahmed, B., & Zaidi, H. R. (2012). Factors affecting corporate social responsibility: An emperical study from Pakistan perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business*, 3(10), 831-852.
- Sairally, B. S. (2013). Evaluating the corporate social performance of Islamic financial institutions: an empirical study. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(3), 238-260.
- Salleh, M. R. (2001). Robust work ethics for the technology-intensive work environment. Dalam Ahmad, K. & M.Sadeq, A. (Eds.), *Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches*. London: Asean Academic Press Ltd.
- Samina, Q. S. (2012). Practice of corporate social responsibility in Islamic banks of Bangladesh. *World Journal of Social Sciences*, 2(6), 1-13.
- Samosir, P. S., Hubeis, A. V. S., Hubeis, M., & Sindhuwinata, G. (2011). pengaruh penerapan corporate social responsibility berkelanjutan pada industri otomotif di indomobil group. *Forum Pascasarjana* 34(1).
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: Strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 490-508.
- Sariastiti N. (2009). Communicating corporate social responsibility. *Journal of psychology and social science majors culture of the Universitas Islam Indonesia*. 3(2), 115-126.
- Schnietz, K. E., & Epstein, M. J. (2005). Exploring the financial value of reputation for corporate responsibility during a crisis. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 327-345.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. New York: Teachers College Press.
- Sen, S., Du, S. & Bhattacharya, C. B. (2009). Building relationships through corporate social responsibility. Dalam MacInnis, D. J., Park, C. W. & Priester, J. R. (eds), *Handbook of Brand Relationships*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Sethi, S. P., & Steidlmeier, O. (1995). The evolution of business role in society. *Business & Society Review*, 94, 9-13.
- Shaoling, L. (2011). Corporate social responsibility (CSR) in China: Evidence from manufacturing in Guangdong province. Tesis PhD tidak diterbitkan, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong.
- Shareef, F., Arunachalam, M., Sodique, H., & Davey, H. (2014). Understanding CSR in the Maldivian context. *Social Responsibility Journal*, 10(1), 85-114.
- Shen, L., Govindan, K., & Shankar, M. (2015). Evaluation of barriers of corporate social responsibility using an analytical hierarchy process under a fuzzy environment: A textile case. *Sustainability*, 7, 3493–3514.

- Signitzer, B., & Prexl, A. (2008). Corporate sustainability communications: Aspects of theory and professionalization. *Journal of Public Relations Research*, 20, 1-19.
- Simmon, J. (2003). Balancing performance, accountability and equity in stakeholder relationship: Towards more socially responsible HR practice. *Corporate Social Responsibility and Environment Management*, 10, 129-140.
- Sims, R. R. (2003). *Ethics and Corporate Social Responsibility*. Praeger, USA: Why Giants Fall.
- Siwar, C., & Hossain, M. T. (2009). An analysis of Islamic CSR concept and the opinion of Malaysian managers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20(3), 290-298.
- Siwar, C., & Md. Harizan, S. H. (2009). *A study on corporate social responsibility practices amongs business organizations in Malaysia*. Proceedings of the tenth international business research conference, Dubai, United Arab Emirates.
- Sjoberg, G. E. (2003). Next challenge for communication management: CSR-a joint task for academe and practitioners. *Journal of Management Communication*, 7(3), 191-217.
- Smith, C. (1994). The new corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 105-115.
- Sorensen, K. & Brand, H. (2011). Health literacy: A strategic asset for corporate social responsibility in Europe. *Journal of Health Communication: International Perspective*, 16(3), 322-327.
- Srchova, M. (2008). Social responsibility: Factors of performance and competitiveness. *Research Paper Journal*, 6-8.
- Stawiski, S. (2010). *Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility: The Implications for Your Organization*. Centre for Creative Leadership.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Journal*, 20(3), 571-610.
- Sweeney, L. (2007). Corporate social responsibility in Ireland: Barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR. *Corporate Governance*, 7(4), 516-523.
- Szekely, F., & Knirsch, M. (2005). Leadership and Corporate Responsibility. Metrics for Sustainable Corporate Performance. Berlin: European School of Management and Technology. Diakses daripada http://www.esmt.org/.../Working%20Paper_Metrics.pdf

- Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis Types and Software Tools*. New York: Falmer.
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27 (2), 237-246.
- Topbas, N. O. (2009). *Ikhlas and Taqwa: Sincerity and Piety*. Istanbul-Turkey: Erkam Print House.
- Turker, D. (2009). How corporate social responsibility influences organisational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.
- Uddin, M. B., Hassan, M. R., & Tarique, K. M. (2008). Three dimensional aspects of corporate social responsibility. *International Journal of Business and Economics*, 3(1), 199-212.
- Ullmann, A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationship among social performance, social disclosure, and economic performance. *Academy of Management Review*, 10, 540–577.
- Visser, W. (2005). *Business Frontiers*. Hyderabad: ICFAI University Press.
- Visser, W. (2010). CSR 2.0: The evolution and revolution of corporate social responsibility dalam Pohl, M. & Tolhurst, N. (Eds). *Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Vogel, D. (2005). *The Market for Virtue: The Potential and Limit of Corporate Social Responsibility*. Washington, DC: Brookings Institution Press.
- Waddock, S. (2004). Parallel universes: Companies, academics, and the progress of corporate citizenship. *Business and Society Review*, 109(1), 5-42
- Waddock, S., & Googins, B. (2011). The paradoxes of communicating corporate social responsibility. Dalam Ihlen, O., Bartlett, J. L., & May, S. (Eds.), *The handbook of communication and corporate social responsibility* (pp. 23–44). Sussex: Wiley-Blackwell.
- Walker, J. L. (2012). The use of saturation in qualitative research. *Canadian Journal of Cardiovascular Nursing*, 22(2), 37-46.
- Wang, J., & Chaudhri, V. (2009). Corporate social responsibility engagement and communication by Chinese companies. *Public Relations Review*, 35(3), 247-250.
- Weber, M. (2008). The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, 26, 247-261.
- Weber, R. P. (1988). *Basic Content Analysis, Sage University Paper Series on Quantitative Applications*. Beverly Hill, CA: Sage Publication.

- Weiss, J. W. (2003). *Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach*. Ohio USA: Mason.
- Werre, M. (2003). Implementing corporate responsibility-The Chiquita case. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 247-260.
- Wilson, R. (2001). Business Ethics: Western and Islamic Perspectives. Dalam Ahmed, K. & Sadeq, A. M. (eds.), *Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approach*. London: Asean Academic Press.
- Windsor, D. (2001). Corporate citizenship: Evolution and interpretation. Dalam Andriof, J. & McIntosh, M. (eds), *Perspectives on corporate citizenship* (pp. 39-52). Sheffield, UK: Greenleaf Publishing.
- Wong, L. C., & Ahmad, J. (2010). Incorporating stakeholder approach in corporate social responsibility (CSR): a case study at multinational companies (MNCs) in Penang. *Social Responsibility Journal*, 6(4), 593-610.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- Wood, E. (2007). 'What about me?' The importance of understanding the perspective of non-managerial employees in research on corporate citizenship. Dalam Hond, F. D., Bakker, F. G. D., & Neergaard, P. (Eds.), *Managing corporate social responsibility: Talking, doing and measuring*. Surrey: Ashgate Publishing Limited.
- Yan, J. (2003). Corporate responsibility and the brands of tomorrow. *Journal of Brand Management*, 10(4/5), 290-302.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design And Methods* (2nd ed). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Yusuf, M. Y. (2010). Model pelaksanaan CSR bank syariah: Kajian empiris pembiayaan mikro batul mal Aceh. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 197-215.
- Yusof, A. A. & Aziz, A. B. (2008) *Pengurusan perniagaan Islam : Konsep, isu dan pelaksanaan*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia
- Ysanne, M. C. & Faulkner, D. O. (2004). Corporate social responsibility: A stages framework. *European Business Journal*, 16, 143-151.
- Zenisek, T. J. (1979). Corporate social responsibility: A conceptualization based on organization literature. *Academy of Management Review*, 4, 359-368.
- Zinkin, J. (2007). Islam and CSR: A study of the compatibility between the tenets of Islam, the UN Global Compact and the development of social, human and natural capital. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 14(4), 206-218.

Zulkifli, N., & Amran, A. (2006). Realising Corporate Social Responsibility in Malaysia: A view from the accounting profession. *Journal of Corporate Citizenship*, 14(24), 101-114.



Lampiran A
Protokol Temu Bual Mendalam Ulama



PANDUAN TEMU BUAL

Penyelidik/penemubual akan menerangkan tentang objektif kajian yang dijalankan kepada peserta penyelidikan/responden.

Tujuan Kajian:

- Menjelaskan konsep CSR menurut perspektif Islam dari sudut pandangan ulama dan pihak pelaksana CSR.
- Mengenal pasti faktor yang menggalakkan perbankan Islam melaksanakan CSR.
- Mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh perbankan Islam dalam melaksanakan CSR.
- Membincangkan dimensi CSR yang diamalkan di dalam perbankan Islam.
- Membincangkan isu CSR yang dikomunikasikan dalam saluran komunikasi CSR di organisasi berteraskan Islam.
- Membincangkan implikasi pelaksanaan CSR terhadap pekerja di dalam perbankan Islam.
- Membentuk model amalan CSR menurut perspektif Islam berdasarkan kepada perbankan Islam di Malaysia.

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa untuk membantu saya dalam kajian yang saya jalankan ini. Perbincangan ini akan mengambil masa lebih kurang 60 minit. Seperti yang telah saya maklumkan semasa saya menghubungi pihak tuan melalui panggilan telefon, tujuan kajian ini adalah untuk melihat berkaitan dengan konsep serta pelaksanaan CSR bercirikan Islam.

Jika tidak menjadi masalah, saya ingin memohon kebenaran pihak tuan untuk merekod audio perbincangan ini dengan menggunakan perakam audio bagi memastikan ketepatan maklumat yang saya perolehi. Segala maklumat yang dirakam hanya akan digunakan untuk tujuan penulisan laporan kajian ini sahaja dan akan disimpan dengan selamat. Setelah selesai laporan kajian ini, semua maklumat daripada perakam audio ini akan dilupuskan.

Adakah pihak tuan bersetuju saya merekod perbincangan ini

<p>menggunakan perakam audio? Terima Kasih.</p> <p>Suka saya ingatkan kepada tuan bahawa penyertaan sebagai responden bagi kajian ini adalah sukarela. Perbincangan ini adalah bersifat sulit dan nama tuan tidak akan digunakan dalam laporan kajian atau mana-mana penulisan lain yang berkaitan dengan kajian ini.</p> <p>Saya juga mempunyai borang yang perlu diisi oleh pihak tuan yang menyatakan kebenaran untuk menemubual tuan. Sila baca dahulu kemudian tuliskan tarikh dan tandatangan di ruangan yang disediakan. Adakah tuan mempunyai sebarang soalan sebelum memulakan sesi perbincangan ini?</p>
<p>1. Latar belakang Ulama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nama • Pendidikan • Bidang pekerjaan
<p>2. Tanggungjawab Sosial Korporat merupakan tanggungjawab yang dilakukan oleh organisasi terhadap masyarakat sekelilingnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bagaimanakah Islam melihat konsep tanggungjawab sosial korporat ini? • Apakah dalil-dalil yang dapat dikaitkan dengan tanggungjawab sosial korporat? • Apakah matlamat tanggungjawab sosial korporat Islam
<p>3. Konsep Tanggungjawab Sosial Korporat konvensional menekankan mengandungi elemen seperti etika, budi bicara, tanggungjawab undang-undang, kederewanan dan sebagainya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bagaimanakah tanggungjawab sosial korporat menurut perspektif Islam yang wajar dilaksanakan oleh sesebuah organisasi. • Apakah ciri-ciri yang digariskan oleh Islam dalam sesuatu tanggungjawab sosial korporat daripada sesebuah organisasi kepada masyarakat sekeliling?
<p>4. Pada pandangan tuan, apakah fungsi tanggungjawab sosial korporat Islam bagi sesebuah organisasi?</p>
<p>5. Pada penilaian tuan, apakah amalan tanggungjawab sosial korporat Islam yang telah diamalkan (jika ada) pada masa kini yang berlandaskan Islam?</p>
<p>6. Tidak dapat dinafikan dengan melaksanakan tanggungjawab sosial korporat Islam, pastinya dapat memperkenalkan/menonjolkan/mengkomunikasikan imej sesebuah organisasi. Apakah penonjolan imej sebegini dibolehkan dalam Islam.</p>
<p style="text-align: center;">RUMUSAN</p>

Penyelidik/penemubual akan membuat rumusan mengenai perbincangan yang telah dilakukan. Kemudian, penyelidik/penemubual akan bertanya kepada peserta penyelidikan/ responden samada terdapat perubahan atau penambahan terhadap maklumat tersebut.

PENUTUP

Sekali lagi saya mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa dalam sesi perbincangan ini. Maklumat dan komen yang tuan berikan sangat membantu dalam kajian ini. jika terdapat sebarang pertanyaan, tuan boleh menghubungi saya:

No telefon: 019-4503346

e-mail: lynda93840@gmail.com

Terima kasih diucapkan kerana tuan sudi memberi kerjasama dan meluangkan masa untuk sesi temubual ini.



UUM
Universiti Utara Malaysia

Lampiran B

Protokol Temu Bual Pelaksana CSR



PANDUAN TEMU BUAL

Penyelidik/penemubual akan menerangkan tentang objektif kajian yang dijalankan kepada peserta penyelidikan/responden.

Tujuan Kajian:

- Menjelaskan konsep CSR menurut perspektif Islam dari sudut pandangan ulama dan pihak pelaksana CSR.
- Mengenal pasti faktor yang menggalakkan perbankan Islam melaksanakan CSR.
- Mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh perbankan Islam dalam melaksanakan CSR.
- Membincangkan dimensi CSR yang diamalkan di dalam perbankan Islam.
- Membincangkan isu CSR yang dikomunikasikan dalam saluran komunikasi CSR di organisasi berteraskan Islam.
- Membincangkan implikasi pelaksanaan CSR terhadap pekerja di dalam perbankan Islam.
- Membentuk model amalan CSR menurut perspektif Islam berdasarkan kepada perbankan Islam di Malaysia.

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa untuk membantu saya dalam kajian yang saya jalankan ini. Perbincangan ini akan mengambil masa lebih kurang 30-45 minit. Seperti yang telah saya maklumkan semasa saya menghubungi pihak tuan melalui panggilan telefon, tujuan kajian ini adalah untuk melihat berkaitan dengan konsep, pelaksanaan dan kesan CSR bercirikan Islam dalam organisasi tuan.

Jika tidak menjadi masalah, saya ingin memohon kebenaran pihak tuan untuk merekod audio perbincangan ini dengan menggunakan perakam audio bagi memastikan ketepatan maklumat yang saya perolehi. Segala maklumat yang dirakam hanya akan digunakan untuk tujuan penulisan laporan kajian ini sahaja dan akan disimpan dengan selamat. Setelah selesai laporan kajian ini, semua maklumat daripada perakam audio ini akan dilupuskan.

Adakah pihak tuan bersetuju saya merekod perbincangan ini menggunakan perakam audio? Terima Kasih.

Saya ingin memaklumkan kepada tuan bahawa penyertaan sebagai responden

bagi kajian ini adalah sukarela. Perbincangan ini adalah bersifat sulit dan nama tuan tidak akan digunakan dalam laporan kajian atau mana-mana penulisan lain yang berkaitan dengan kajian ini.

Saya juga mempunyai borang yang perlu diisi oleh pihak tuan yang menyatakan kebenaran untuk menemubual tuan. Sila baca dahulu kemudian tuliskan tarikh dan tandatangan di ruangan yang disediakan. Adakah tuan mempunyai sebarang soalan sebelum memulakan sesi perbincangan ini?

1. Latar belakang peserta penyelidikan:

- Nama
- Nama jawatan yang disandang/jenis kerja/tanggungjawab

2. Konsep CSR

- Apakah pandangan tuan berkaitan dengan konsep CSR
- Pada hemat tuan, apakah yang dapat difahami dengan konsep CSR yang berlandaskan Islam?
- Apakah matlamat melaksanakan CSR
- Apakah prinsip-prinsip tanggungjawab yang dipegang oleh tuan

3. Faktor pelaksanaan CSR

4.

- Apakah faktor yang menyebabkan organisasi tuan melaksanakan CSR?

Faktor pelaksanaan CSR terbahagi kepada dua iaitu faktor dalaman dan faktor luaran

- Apakah faktor dalaman yang mempengaruhi pelaksanaan CSR Islam di organisasi tuan?

Faktor dalaman dikaitkan dengan nilai dan etika organisasi, motivasi pekerja serta impak positif yang diperolehi hasil daripada pelaksanaan CSR.

- Apakah faktor luaran yang mempengaruhi pelaksanaan CSR Islam di dalam organisasi tuan

Faktor luaran seperti penyertaan pelanggan, desakan kumpulan aktivis, tuntutan undang-undang, tekanan pasaran, keperluan masyarakat dan sebagainya lebih banyak menyumbang kepada faktor pelaksanaan CSR di dalam organisasi berbanding dengan faktor dalaman.

5. Cabaran pelaksanaan CSR Islam

- Apakah wujud kekangan dalam melaksanakan CSR dalam organisasi tuan? Mohon dijelaskan.

Organisasi selalunya menghadapi pelbagai masalah seperti masalah sumber manusia, masa yang terhad, kekurangan kos dan kurangnya maklumat untuk melaksanakan CSR

6. Dimensi Pelaksanaan CSR

- Sejauhmanakah organisasi tuan memenuhi komitmen terhadap CSR?

<ul style="list-style-type: none"> • Apakah bentuk-bentuk pelaksanaan CSR yang telah dilaksanakan oleh organisasi tuan? • Siapakah publik sasaran organisasi ini bagi melaksanakan CSR ini?
7.
8. Adakah tuan ingin menambah maklumat lain yang berkaitan dengan perbincangan kita pada hari ini?
RUMUSAN
Penyelidik/penemubual akan membuat rumusan mengenai perbincangan yang telah dilakukan. Kemudian, penyelidik/penemubual akan bertanya kepada peserta penyelidikan/ responden samada terdapat perubahan atau penambahan terhadap maklumat tersebut.
PENUTUP
<p>Sekali lagi saya mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa dalam sesi perbincangan ini. Maklumat dan komen yang tuan berikan sangat membantu dalam kajian ini. Jika terdapat sebarang pertanyaan, tuan boleh menghubungi saya:</p> <p>No telefon: 019-4503346</p> <p>e-mail: lynda93840@gmail.com</p>
Terima kasih diucapkan kerana tuan sudi memberi kerjasama dan meluangkan masa untuk sesi temubual ini.

Lampiran C

Protokol Temu Bual Pekerja



PANDUAN TEMU BUAL

Penyelidik/penemubual akan menerangkan tentang objektif kajian yang dijalankan kepada peserta penyelidikan/responden.

Tujuan Kajian:

- Menjelaskan konsep CSR menurut perspektif Islam dari sudut pandangan ulama dan pihak pelaksana CSR.
- Mengenal pasti faktor yang menggalakkan perbankan Islam melaksanakan CSR.
- Mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh perbankan Islam dalam melaksanakan CSR.
- Membincangkan dimensi CSR yang diamalkan di dalam perbankan Islam.
- Membincangkan isu CSR yang dikomunikasikan dalam saluran komunikasi CSR di organisasi berteraskan Islam.
- Membincangkan implikasi pelaksanaan CSR terhadap pekerja di dalam perbankan Islam.
- Membentuk model amalan CSR menurut perspektif Islam berdasarkan kepada perbankan Islam di Malaysia.

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa untuk membantu saya dalam kajian yang saya jalankan ini. Perbincangan ini akan mengambil masa lebih kurang 30-45 minit. Seperti yang telah saya maklumkan, tujuan kajian ini adalah untuk melihat berkaitan dengan konsep pelaksanaan dan kesan CSR bercirikan Islam dalam organisasi anda.

Jika tidak menjadi masalah, saya ingin memohon kebenaran tuan untuk merekod audio perbincangan ini dengan menggunakan perakam audio bagi memastikan ketepatan maklumat yang saya perolehi. Segala maklumat yang dirakam hanya akan digunakan untuk tujuan penulisan laporan kajian ini sahaja dan akan disimpan dengan selamat. Setelah selesai laporan kajian ini, semua maklumat daripada perakam audio ini akan dilupuskan.

Adakah pihak tuan bersetuju saya merekod perbincangan ini? Terima Kasih.

Saya ingin maklumkan kepada tuan bahawa penyertaan sebagai responden bagi kajian ini adalah sukarela. Perbincangan ini adalah bersifat sulit dan nama

<p>tuan tidak akan digunakan dalam laporan kajian atau mana-mana penulisan lain yang berkaitan dengan kajian ini.</p> <p>Saya juga mempunyai borang yang perlu diisi oleh tuan yang menyatakan kebenaran untuk menemubual tuan. Sila baca dahulu kemudian tuliskan tarikh dan tandatangan di ruangan yang disediakan. Adakah tuan mempunyai sebarang soalan sebelum memulakan sesi perbincangan ini?</p>	
<p>1. Latar belakang peserta penyelidikan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nama • Nama jawatan yang disandang 	
<p>2. Pemahaman dan pelaksanaan CSR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adakah pandangan tuan berkaitan dengan CSR dan bagaimanakah organisasi tuan melaksanakannya? 	
<p>3. Implikasi terhadap pekerja secara umum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adakah perasaan tuan setelah organisasi melaksanakan CSR? • Adakah kesan pelaksanaan CSR terhadap publik luaran (masyarakat, pengguna, persekitaran, dll.) kepada tuan? • Adakah kesan pelaksanaan CSR terhadap publik dalaman (pemegang saham, pekerja khususnya) kepada tuan? 	
<p>4. Implikasi komitmen pekerja</p>	<p>Adakah pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh organisasi tuan dapat meningkatkan komitmen tuan terhadap organisasi? Bagaimana?</p>
<p>5. Implikasi terhadap tingkah laku pekerja</p>	<p>Pelaksanaan sesuatu sistem atau aktiviti di dalam organisasi lazimnya mempengaruhi tingkahlaku pekerja terhadap organisasi. Adakah pelaksanaan CSR juga memberi kesan terhadap tingkahlaku tuan?</p>
<p>6. Implikasi terhadap motivasi pekerja</p>	<p>Adakah tuan lebih bermotivasi untuk melakukan kerja sekiranya organisasi melaksanakan CSR terhadap publik luaran dan dalaman?</p>
<p>7. Hubungan organisasi dengan pekerja</p>	<p>Adakah aktiviti CSR yang dijalankan dapat meningkatkan hubungan tuan dan organisasi? Bagaimana?</p>
<p>8. Kesetiaan pekerja</p>	<p>Pada pandangan tuan, adakah pelaksanaan CSR oleh organisasi membuatkan tuan ingin terus berkhidmat di organisasi ini?</p>
<p>9. Adakah tuan ingin menambah maklumat lain yang berkaitan dengan perbincangan kita pada hari ini?</p>	
<p style="text-align: center;">RUMUSAN</p>	

Penyelidik/penemubual akan membuat rumusan mengenai perbincangan yang telah dilakukan. Kemudian, penyelidik/penemubual akan bertanya kepada peserta penyelidikan/ responden samada terdapat perubahan atau penambahan terhadap maklumat tersebut.

PENUTUP

Sekali lagi saya mengucapkan ribuan terima kasih kerana sudi meluangkan masa dalam sesi perbincangan ini. Maklumat dan komen yang tuan-tuan berikan sangat membantu dalam kajian ini. jika terdapat sebarang pertanyaan, tuan-tuan boleh menghubungi saya:

No telefon: 019-4503346

e-mail: lynda93840@gmail.com

Terima kasih diucapkan kerana tuan-tuan sudi memberi kerjasama dan meluangkan masa untuk sesi temubual ini.



UUM
Universiti Utara Malaysia

Lampiran D

Surat Permohonan Temu Bual

21 Julai 2015

Tan Sri Dato[™] Seri Haji Harussani bin Haji Zakaria,
Mufti Negeri Perak Darul Ridzuan,
Pejabat Mufti Negeri Perak Darul Ridzuan,
Tingkat 5, Kompleks Islam Darul Ridzuan,
Jalan Panglima Bukit Gantang Wahab,
30000 Ipoh, Perak.

Yang Berbahagia Tan Sri Dato[™] Seri,

PERMOHONAN PENGUMPULAN DATA BAGI PENYELIDIKAN PHD

Merujuk perkara di atas, saya Azlinda Boheran Nudin, pelajar PhD (Komunikasi), Universiti Utara Malaysia ingin memohon untuk mengumpul data bagi penyelidikan yang saya jalankan. Tajuk penyelidikan saya ialah **Tanggungjawab Sosial Korporat Menurut Perspektif Islam: Konsep, Pelaksanaan dan Implikasi dalam Kalangan Institusi Perbankan Islam di Malaysia.**

Untuk makluman Yang Berbahagia Tan Sri Dato[™] Seri, Mufti di Malaysia merupakan salah satu responden bagi menjayakan penyelidikan ini menerusi kaedah temu bual secara mendalam bagi mendapatkan pandangan berkaitan dengan konsep tanggungjawab yang perlu dilakukan oleh organisasi dalam perspektif Islam.

Sehubungan dengan itu, saya ingin memohon persetujuan Yang Berbahagia Tan Sri Dato[™] Seri Perkasa untuk turut serta dalam penyelidikan ini. Sebarang pertanyaan, sila hubungi nombor telefon 0194503346 atau email lynda93840@gmail.com. Kerjasama daripada Yang Berbahagia Tan Sri Dato[™] Seri amatlah dihargai dan didahului dengan ucapan terima kasih.

Yang Benar,



Azlinda

(AZLINDA BOHERAN NUDIN)

Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi,
Kolej Sastera dan Sains,
Universiti Utara Malaysia,
Sintok, Kedah.

Lampiran E

Surat Pengumpulan Data Daripada Universiti

	<p>AWANG HAD SALLEH GRADUATE SCHOOL OF ARTS AND SCIENCES UUM College of Arts and Sciences Universiti Utara Malaysia 06010 UUM SINTOK KEDAH DARUL AMAN MALAYSIA</p>	 <p>Tel: 904-888 5266/5266/5261 Faks (Fax): 04-920 0297/0298 Laman Web (Web): http://arts.uum.edu.my</p>
---	--	--

KEDAH AMAN MAKMUR • BERSAMA MEYACU TRANSFORMASI

UUM/CAS/AHSCS/93840
29 January 2015

TO WHOM IT MAY CONCERN

Dear Sir/Madam

DATA COLLECTION FOR PROJECT PAPER/ THESIS

This is to certify that **Ms. Azlinda binti Hoheran Nudin** (matric number: 93840) is a full time graduate student in Doctor of Philosophy (Communication) at UUM College of Arts and Sciences.


She needs to do her field study and data collection for her project paper/thesis in order to fulfill the partial requirements of her graduate studies.

We sincerely hope that your organization will be able to assist her in the data collection and the distribution of the questionnaires for her research.

Thank you.


"SCHOLARSHIP, VIRTUE, and SERVICE"


Yours faithfully


WAN NORULASHIMA BINTI WAN MIN
Assistant Registrar
for Dean
Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences
UUM College of Arts and Sciences

FD 304/15.4

Universiti Pengurusan Terkemuka
The Eminent Management University





Lampiran F

Maklumat Projek Penyelidikan

Tajuk Projek Penyelidikan:

TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT MENURUT PERSPEKTIF ISLAM: KONSEP, PERLAKSANAAN DAN IMPLIKASI DALAM KALANGAN INSTITUSI PERBANKAN ISLAM DI MALAYSIA

Tuan/ Puan,

Pengenalan dan Tujuan Penyelidikan

Saya Azlinda Binti Boheran Nudin, calon PhD di Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia di bawah seliaan Prof. Dr. Che Su Mustaffa dan Dr. Mohd Khairie Ahmad.

Kami ingin mempelawa anda untuk turut serta di dalam penyelidikan yang meneroka berkaitan dengan konsep dan pelaksanaan CSR dalam perspektif Islam. Matlamat penyelidikan ini adalah:

- **Menjelaskan konsep CSR menurut perspektif Islam dari sudut pandangan ulama dan pihak pelaksana CSR.**
- **Mengenal pasti faktor yang menggalakkan perbankan Islam melaksanakan CSR.**
- **Mengenal pasti cabaran yang dihadapi oleh perbankan Islam dalam melaksanakan CSR.**
- **Membincangkan dimensi CSR yang diamalkan di dalam perbankan Islam.**
- **Membincangkan isu CSR yang dikomunikasikan dalam saluran komunikasi CSR di organisai berteraskan Islam.**
- **Membincangkan implikasi pelaksanaan CSR terhadap pekerja di dalam perbankan Islam.**
- **Membentuk model amalan CSR menurut perspektif Islam berdasarkan kepada perbankan Islam di Malaysia.**

i.

Apakah yang diperlukan sekiranya anda menyertai penyelidikan ini?

Penyertaan anda dalam kajian adalah sukarela. Sekiranya anda bersetuju, anda dikehendaki menyertai sesi temu bual secara mendalam yang mengambil masa kira-kira 45-60 minit. Sesi temu bual akan direkodkan menggunakan pita rakaman audio bagi memastikan ketepatan maklumat diperolehi.

Adakah penyertaan dalam penyelidikan ini akan menjejaskan anda?

Penyertaan dalam penyelidikan ini sama sekali tidak akan memberikan kesan atau memudaratkan kepada anda.

Bagaimana sekiranya anda bersetuju dan kemudian berubah fikiran?

Anda boleh membuat keputusan untuk menarik balik pada bila-bila masa sebelum atau semasa penyelidikan. Jika anda membuat keputusan untuk menarik balik, sebarang maklumat yang telah diberikan kepada penyelidik tidak akan digunakan dan maklumat tersebut akan segera dilupuskan.

Jaminan bahawa maklumat yang diberi akan digunakan dengan sewajarnya.

Semua data yang diperolehi daripada peserta akan disimpan di tempat yang selamat. Semua maklumat dan data mentah hanya akan diakses oleh penyelidik dan penyelia penyelidikan sahaja.

Bagaimana saya akan mengetahui tentang hasil temuduga?

Sebagai peserta, anda diberi peluang untuk melihat dan menyemak transkrip yang telah siap atau data yang dikumpul atas permintaan sebelum proses analisis bermula. Anda juga diberi peluang untuk melihat laporan kajian yang telah lengkap.

Memerlukan maklumat lebih lanjut sebelum bersetuju untuk menyertai penyelidikan ini?

Sekiranya anda mempunyai sebarang pertanyaan atau maklumat lanjut, sila hubungi:

Penyelidik:

Azlinda Boheran Nudin

Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia.

Tel: 019-4503346

email: lynda93840@gmail.com

Penyelia:

Prof. Dr. Che Su Mustaffa

Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia.

Tel: 019-4416853

email: chesu402@uum.edu.my

Dr. Mohd Khairie Ahmad

Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia.

Tel: 019-4709686

email: khairie@uum.edu.my

Terima kasih kerana berminat dalam projek penyelidikan ini.



Lampiran G

Borang Persetujuan Penyertaan

Tajuk Penyelidikan:

Tanggungjawab Sosial Korporat Menurut Perspektif Islam: Konsep, Pelaksanaan, dan Implikasi dalam Kalangan Institusi Perbankan Islam di Malaysia.

Penyelidik:

Azlinda Binti Boheran Nudin
Pelajar PhD
Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi
Kolej Sastera dan Sains
Universiti Utara Malaysia.
Telefon: 019-4503346
Email: lynda93840@gmail.com

Penyelia:

Prof. Dr. Che Su Mustaffa
Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi

Dr. Mohd Khairie Ahmad
Pusat Pengajian Multimedia, Teknologi dan Komunikasi

Saya bersetuju untuk turut serta di dalam penyelidikan ini dan saya faham berkaitan dengan tujuan, metod serta keperluan kajian menerusi maklumat penyelidikan yang telah diberikan.

Saya diberi peluang utk bertanya sebarang soalan daripada maklumat penyelidikan dan semua persoalan yang telah dijawab memuaskan hati saya.

Saya percaya bahawa penyertaan saya adalah sukarela dan saya boleh menarik diri pada bila-bila masa tanpa sebarang pertikaian atau denda dan segala maklumat yang telah diambil tidak boleh digunakan sekiranya saya menarik diri.

Saya faham berkaitan dengan kerahsiaan semua maklumat yang diberikan tidak akan diubah dan akan disimpan dengan selamat.

Saya mengakui bahawa tiada sebarang bayaran untuk penyertaan di dalam penyelidikan ini.

Nama Peserta:

Disaksikan Oleh:

Tandatangan

Tandatangan

Tarikh

Tarikh



UUM
Universiti Utara Malaysia

Lampiran H

Protokol Pengekodan Analisis Kandungan

Name	Sources	References	Created On	Created By	Modified On	Modified By
Komuniti	18	510	7/6/2017 1:34:45 PM	LINDAPHD	16/7/2017 6:31:54 PM	LINDAPHD
Pendidikan	18	117	26/6/2017 3:24:39 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:30:03 PM	LINDAPHD
Sumbangan dan Kebajikan	18	284	27/6/2017 10:36:12 AM	LINDAPHD	30/7/2017 8:15:02 PM	LINDAPHD
Wakaf	3	11	29/6/2017 2:16:35 PM	LINDAPHD	30/7/2017 2:06:43 PM	LINDAPHD
Zakat	17	98	26/6/2017 3:35:58 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:23:47 PM	LINDAPHD
Lain- Lain	11	31	5/6/2017 6:39:52 PM	LINDAPHD	12/7/2017 6:42:23 PM	LINDAPHD
Anugerah	4	6	22/6/2017 7:32:53 AM	LINDAPHD	30/7/2017 6:39:24 PM	LINDAPHD
Objektif Korporat	8	17	22/6/2017 1:36:36 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:39:24 PM	LINDAPHD
Pelanggan	3	7	23/6/2017 1:37:50 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:39:24 PM	LINDAPHD
Pembekal	1	1	22/6/2017 1:38:06 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:39:24 PM	LINDAPHD
Pasaran	11	85	5/6/2017 1:38:51 PM	LINDAPHD	16/7/2017 6:39:24 PM	LINDAPHD
Berkongsi Pengetahuan	10	48	20/6/2017 12:46:14 PM	LINDAPHD	30/7/2017 6:28:38 PM	LINDAPHD
Peluang Kerjaya	5	10	20/6/2017 12:58:09 PM	LINDAPHD	29/7/2017 2:26:44 PM	LINDAPHD
Produk dan Perkhidmatan	6	27	19/6/2017 1:35:56 PM	LINDAPHD	30/7/2017 11:25:30 AM	LINDAPHD
Persekitaran	14	39	7/6/2017 1:31:52 PM	LINDAPHD	16/7/2017 6:21:53 PM	LINDAPHD
Kempen Kesedaran dan Sokongan	11	18	16/6/2017 11:41:22 AM	LINDAPHD	30/7/2017 6:21:57 PM	LINDAPHD
Pembersihan dan Penanaman	9	15	16/6/2017 9:59:45 AM	LINDAPHD	30/7/2017 6:21:28 PM	LINDAPHD
Pengurusan Sumber	5	6	17/6/2017 4:18:25 PM	LINDAPHD	30/7/2017 11:34:00 AM	LINDAPHD
Sumber Manusia	4	23	6/6/2017 1:32:52 PM	LINDAPHD	16/7/2017 8:11:39 AM	LINDAPHD
Kebajikan	3	9	18/6/2017 2:53:19 PM	LINDAPHD	27/7/2017 3:47:13 PM	LINDAPHD
Keselamatan dan Keselamatan	3	4	18/6/2017 3:00:31 PM	LINDAPHD	28/7/2017 12:42:46 PM	LINDAPHD
Latihan dan Pembangunan	4	10	18/6/2017 2:50:06 PM	LINDAPHD	29/7/2017 8:11:39 AM	LINDAPHD

Lampiran I

Contoh Transkrip Temu Bual

Description: Transkrib Peserta penyelidikan 4

Created On: 31/8/2015 10:37:10 PM

Created By: PHD

Modified On: 22/10/2015 5:40:18 PM

Modified By: PHD

Size: 10 KB

¶13: P	¶14: Yang pertama sekali saya nak tau lah latar belakang Tuan Haji berkaitan nama penuh, pendidikan dan bidang pekerjaan. ¶15:
¶16: R	¶17: Nama penuh Zakariah Bin Isa. Berasal daripada Kuantan Pahang. Lahir 57 tahun yang lalu. Pendidikan awal di Kuantan. Menengah pun di Kuantan, Sekolah agama di bawah Jabatan Agama Islam Pahang. Kemudian melanjutkan pelajaran ke Tingkatan 6 di Pekan Pahang. Kemudian melanjutkan pelajar di UKM Bangi Sarjana Muda dalam bidang Usuludin Falsafah hingga tahun 1982. Dan pada tahun itu saya diterima bekerja, Masa tu bahagian agama Jabatan Perdana Menteri kemudian ditukar bahagian Hal Ehwal Islam Jabatan perdana Menteri, dan sekarang ni ditukar kepada Jabatan Kemajuan Agama Islam (JAKIM). ¶18:
¶19: P	¶10: Jadi saya teruskan kepada soalan berkaitan saya punya kajian, kalau secara umum kalau kita tau tanggungjawab sosial korporat merupakan tanggungjawab yang dilakukan oleh organisasi terhadap masyarakat sekeliling, tapi kalau dari sudut islam, macam mana islam melihat konsep tanggungjawab tu. Konsep tanggungjawab dari sudut islam itu sendiri. ¶11:
¶12: R	¶13: Secara umumnya, berdasarkan kepada ayat-ayat al quran dan al hadis. Yang pertama sekali ayat al quran yang menyeru kepada kita supaya bertolong bantu, dalam perkara-perkara kebajikan. Saya sebut ayat, tapi tak ingat, sebab apa (ayat alquran) Hendaklah engkau bertolong bantu dalam kebajikan dan ketakwaan, jangan kamu bertolong bantu di dalam perkara-perkara dosa dan permusuhan. Itu fasal yang pertama. Maknanya kita disuruh dan digerakkan tolong menolong, hidup dalam masyarakat, mesti wujud saling tolong menolong. Tetapi tolong menolong dalam perkara kebaikan keadilan, kebenaran, jangan kita menyokong perkara membawa kepada perpecahan, permusuhan. Lebih kurang ayat tu. Sebagai asas sosial lah ¶14:
¶24: R	¶25: Takwa itu sifat seorang muslim, jadi kalau muslim tidak bertakwa, jadi dia tidak akan bertanggungjawab sepenuhnya. Dia sambal lewa, lebih kurang aje. Jadi kalau orang bertakwa ni, dia memang menjadi ianya satu sifat, sifat tolong-menolong tu lah, dalam sifat bertakwa tu dah ada tolong-menolong. Jadi dia yang layak bergelar (Perkataan Arab 'Muntaqun') dia memang ada sifat tu. Macam kita kata aaa gula tu manis, orang sebut gula, orang tahu gula tu manis. Jadi aa tak da gula tu masin, gula itu tawar, tapi taka da pergi ke kedai bagi saya gula sekilo yang manis. Itu orang kata, tu orang tak betul. Sebut gula saja orang dah tau gula itu manis. Garam mesti masin. Jadi bila orang sebut Takwa, orang takwa hati dia suka buat baik, tolong-menolong, dia ada kaitan yang rapat tolong menolong dengan takwa. ¶26:
¶30: R	¶31: Dia bermula takwa itu individu. Seruan kepada individu, daripada individu-individu itu dia akan pergi secara berjamaah. Dan berjamaah itu akan diperteguhkan lagi dengan sifat berjamaah itu. Jadi maknanya, dengan sendirinya kita kata takwa itu tidak suka hidup secara individu, mengasingkan diri daripada masyarakat. Jadi dia tak suka orang yang tak campur dengan masyarakat. Bila sebut takwa tu, ya memang individu yang bertakwa. Tapi Individu mesti kemasyarakatan. Ada nilai-nilai kemasyarakatan. ¶32:

¶33: P	¶34: Jadi kalau kita tengok kan daripada sudut konsep tanggungjawab tu sendiri. Kalau nak bezakan CSR ni sebenarnya dibawak term CSR tu di bawah oleh barat, dibawak oleh konvensional, tapi sebenarnya konsep konvensional adakah terdapat perbezaan, mungkin diorang just menampakan kepada reputasi, kalau macam kita sendiri macam mana Tuan Haji, dari sudut islam itu sendiri. Dia fungsi dia tu. Fungsi tanggungjawab dia tu. ¶35:
¶36: R	¶37: Aaaaa. Rasulullah daripada awal dia bawa islam dia pergi kepada masyarakat, memang dia bermula dengan dirinya sendiri, tapi tak cukup dengan diri dia sendiri, maknanya yang islam mahu islam mesti disebarkan dalam masyarakat. Itu kerja dia, sebab apa dalam jiwa muslim itu, dia ada satu sifat lagi dalam hadis (potongan hadis) maknanya seorang muslim itu tidak beriman sehingga dia menyintai atau mengasihi saudaranya sepertimana dia mengasihi dirinya sendiri. Jadi maknanya hubungan diri dengan masyarakat, dia tak boleh lari lah. Sebab itu dia akan pergi maknanya, satu lagi prinsipnya (ayat al quran) kamu sebaik-baik umat, jika kamu menjalankan kerja menyuruh kerja yang baik mencegah perkara yang mungkar. Itu mesti di jalan. ¶38:
¶45: P	¶46: Ada tak Tuan Haji ingat dalil-dalil yang dikaitkan dengan konsep tanggungjawab di dalam islam, mungkin secara khusus kepada sesebuah organisasi atau dalam masyarakat itu sendiri. ¶47:
¶48: R	¶49: Rasulullah ada menyebut tentang tanggungjawab dalam sebuah hadis (potongan hadis) setiap kamu itu pemimpin dan setiap pemimpin, setiap kamu itu bertanggungjawab terhadap orang yang dipimpin. Oleh itu tanggungjawab kepada orang lain tu ada, kita tak boleh biarkan orang itu meninggal islam atau tidak beramal dengan islam. Jadi kita harus pimpin dia, selain daripada kita sendiri. Sebab kita yang pertama sekali pimpin diri kita sendiri barangkali pimpin anak-anak kita, cucu-cucu kita, jiran tetangga kita, seterusnya masyarakat lah. Jadi kita bertanggungjawab, ertinya bertanggungjawab kepada diri kita, tanggungjawab kepada anak isteri kita, tanggungjawab kepada jiran kita, tanggungjawab terhadap masyarakat. Kepimpinan secara islam. Kalau kita kata nak lari, tak laratlah nak lari, tanggungjawab ni banyak sangat, memang tidak digalakan, disukai islam sebab Allah kata mesti ada tanggungjawab muslim sebagai pemimpin, memberi sumbangan kepada masyarakat. Rasulullah dalam hadis yang lain (frasa hadis) sebaik-baik manusia (frasa arab) sebaik-baik manusia itu orang yang memberi manfaat kepada manusia, bukan untuk diri sendiri, memang kita bekerja untuk diri kita tetapi ada orang susah. Kita ada lebihan melalui zakat wajib, melalui sedekah sunat, kan ada ajaran-ajaran islam itu wakaf, semua tu ajaran-ajaran islam. ¶50:
¶60: R	¶61: Saya menyokong, supaya organisasi yang lain contohi atas nama organisasi buat atas nama peribadi, kalau memberi itu nak tunjuk-tunjuk kepada orang, maka pemberian itu tidak diberi pahala daripada Allah s.w.t. sebab saya buat tu nak menunjuk-nunjuk, tapi walaupun saya individu dermakan 100 ringgit, semua orang nampak, tapi tujuan saya orang mengikut saya. Itu tak apa. Bukan saya nak takbur, riak dengan amalan saya. Jadi katakan sesuatu organisasi dia buat islamik, seperti bank-bank perbankan islam, kumpulkan anak yatim, memanglah keluar dalam surat khabar, Bank menyampaikan derma, kepada anak yatim, orang berbuka puasa bersama-sama, tapi bila dia buat macam tu kita tak tahu niat, tapi itu organisasi bukan individu. Walaupun apa yang dibuat memberi satu gambaran baik organisasi. Pada kita, kita pandang dia sebagai satu organisasi dan bagus juga dia buat macam tu, lain-lain organisasi akan meniru. Kita tak boleh menghukum kenapa nak dihebohkan. Jadi tangan kanan memberi, tangan kiri tak tahu. Itu saya setuju utk individu. Tapi organisasi ni dia boleh sebab ada organisasi lain akan mengikut dan memperluaskan lagi takwa. ¶62:
¶66: R	¶67: Yang pertama mestilah dibolehkan dengan keikhlasan lah. Keikhlasan akan datang daripada organisasi ataupun sesuatu company atau sebagainya jadi yang kita faham empunya kepada yang berminat untuk melakukan kebaikan sebab dia ada lebihan. Itu ikhlas dan banyak orang seperti ini kaya raya, golongan korporat suka dengan aktiviti ini

	<p>dan banyak mereka sumbangkan. Tapi orang tak tau. Ada jugak orang tak tau. Tapi ada jugak company atau golongan korporat yang menguar-uarkan. Itu pun kita suka sama ada secara tersembunyi atau terang-terangan. Cuma yang penting hatinya ikhlas untuk tujuannya adalah berdasarkan islam bertitik tolak dengan iman. Jadi setiap apa yang di tolong bantu itu apa harapan dia. Harapan dia supaya allah s.w.t reda dengan apa kerja yang dibuat. Yang kedua memudahkan apa jua masalah sekalipun organisasi itu dapat diselesaikan dengan baik. Sedekah itu banyak faedah dan kesannya.</p> <p>¶68:</p>
¶172: R	<p>¶73: Dimana kalau kita nak letakan ciri-cirinya yang pertama iaitu bertolong bantu dalam kerja-kerja sosial mesti bertolong bantu perkara kebaikan. Yang kedua ia melaksanakan kerja-kerja maaruf dan mencegah kemungkaran dan yang ketiganya mesti dia mencintai saudara-saudaranya seperti mana dia mengasihi dirinya sendiri. Itu ciri-ciri penting.</p> <p>¶74:</p>
¶178: R	<p>¶79: Dalam beberapa ciri yang saya sebut menyuruh yang maaruf dan mencegah yang mungkar. Jadi dalam proses tu tanggungjawab dalam masyarakat dia tidak boleh ada kemungkaran. Oo dia bertolong bantu, dia bantu buat satu pesta, di sana ada judi. Dia bantu beli kupon, beri sumbangan sedangkan program itu merupakan program yang mungkar. Sebab ada bercampur halal dan haram. Jadi majlis itu tidak mencirikan islam. Jadi korporat-korporat yang bukan islam dia tidak kisah, asalkan ini sumbangan. Dalam islam matlamat itu tidak menghalalkan cara, kita tidak boleh merompak sebuah kedai, dan hasilnya diberikan kepada anak yatim. Itu tidak boleh. Rompak itu tidak boleh, jadi matlamat kita bagus, tetapi matlamat itu tidak menghalalkan kerja rompak itu.</p> <p>¶80:</p>
¶181: P	<p>¶82: Jadi dalam islam ni tak kisah apa saja bentuk bantuan, janji baik dan tak bercanggah dengan prinsip islam. Jadi ini membezakan tanggungjawab kita dengan tanggungjawab orang yang bukan islam</p> <p>¶83:</p>
¶184: R	<p>¶85: Ya</p> <p>¶86:</p>
¶187: P	<p>¶88: Ok. Jadi kalau macam tadi kita tengok fungsi-fungsi tanggungjawab ni adalah untuk bantu masyarakat lah. Ada tak selain tu, fungsi-fungsi lain, yang kalau kita buat tanggungjawab ni adalah untuk disebabkan perkara-perkara lain selain konsep bantu-membantu atau Tuan Haji nak jelaskan lagi konsep bantu membantu dalam islam.</p> <p>¶89:</p>
¶190: R	<p>¶91: Bantu tu ialah mengutamakan atau memberi, membantu mereka betul-betul yang pertama berhajatlah, jadi walaupun korporat, dia ada jugak tahap keupayaan dia. Katakana dia ada cuma lima ratus ribu, lima ratus ribu ni, sedangkan yang memerlukan bantuan dia anak yatim, fakir miskin, anak sekolah dan dia perlu mengutamakan yang utama. Mana yang utama? Itu yang dipanggil (perkataan arab) maknanya dalam islam diajar mana satu yang harus diutamakan dan lebih utama. Kalau tak boleh buat semua, jangan tinggalkan semua. Katakan dia hanya boleh bantu anak yatim, tapi yang balu ka, fakir miskin dia tak mampu, yang hanya boleh bantu anak yatim, yang tu jangan di tinggalkan semua. Tak boleh semua, dia tinggalkan, langsung tak buat. Itu bukan dari segi membantu lah. Membantu itu boleh jugak dari segi memulakan sesuatu projek dan mungkin ada orang selain menampung. Misalnya syarikat ini boleh buat, setakat dua juta sahaja untuk bina masjid dan mungkin hanya setakat keperluan tiangnya, bumbungnya tapi dari lapan juta lagi kena orang lain tampung. Ok, pakatan antara korporat-korporat dia boleh menyiapkan satu binaan masjid katakan berharga dua belas juta, tapi bukan satu korporat, tapi secara bersama-sama.</p>
¶193: P	<p>¶94: Jadi macam Tuan Haji tengok zaman sekarang kan, organisasi-organisasi yang telah melaksanakan tanggungjawab terhadap masyarakat sekeliling, ada tak amalan-amalan yang menepati syariat, telah dilakukan oleh organisasi-organisasi ni. Mungkin Tuan haji boleh bagi tau contoh berkaitan tanggungjawab tu.</p>
¶196:	<p>¶97: Dia kalau datang daripada orang islam, korporat muslim, memang kita lihat dia</p>

R	<p>bermula dari kesedaran, dulu mungkin kita jarang dengar. O ni satu syarikat yang besar boleh buat satu masjid yang berharga lapan belas juta yang diderma. Tapi akhir-akhir dakwah dah kuat, kesedaran ada, membuatkan mereka berminat nak infak, nak wakafkan. Wujud memang wujud. Memang zaman nabi dulu, semua hartanya memang dia wakafkan dan ada berlaku tapi zaman moden, zaman IT orang lebih mengutamakan, memiliki harta daripada mewakafkan harta. Tapi dalam begitu, masih ada orang yang sanggup wakafkan tanah, bina masjid sendiri dengan penuh keinsafan dan kesedaran. Jadi saya tak nampak benda yang tak betul la. Apa yang dia buat seperti bina rumah anak yatim, sekolah tahfiz, sekolah agama, membiayai pembelajaran di masjid, ada yang sponser, semua tu benda yang disuruh, digalakkan dalam syariat dan banyak lagi. Cuma kita yang ada asas agama perlu memberi idea kepada orang-orang korporat, kalau tak nanti dia pun tak tau nak buat apa, duit banyak tapi tak tau nak buat apa. Duit terlampau banyak. Bila Tanya dengan kita, oh ya kita mesti buat sesuatu yang untung di akhirat, wakaf untung di akhirat, biar apa yang dilakukan pada hari ni boleh membantu kita.</p>
¶199: P	<p>¶100: Macam tadi Tuan haji ada bagi tau, bila kita buat tanggungjawab ni, adalah sebab untuk dapatkan reputasi yang baik, jadi benda tu tak salah di dalam islam. Penonjolan imej tu.</p>
¶102 : R	<p>¶103: Tak salah. Maknanya dia kata memberi itu secara bersembunyi ataupun berterang-terangan. Itu tak salah. Tapi jangan kita memberi tu mengharapkansesuatu balasan daripada orang. Tapi kita mengharapkan pemberian daripada allah. Walaupun semua orang tau kita hartawan kita banyak membiayai sekolah-sekolah anak yatim, orang miskin dia dia tak sembunyi menda tu, tapi apa harapan dia, niat dia? Dia mengharapkan pembalasan keradaan allah, kerana dia mengharapkan orang puji dia, itu yang salah. Jadi mengharapkan pembalasan daripada manusia, anugerah pingat, bintang dan sebagainya, itu daripada manusia. dan kalau itu yang dia harapkan, maka itu saja yang dia dapat. Jadi orang menerima itu untung, tapi orang yang memberi itu, Allah kata kau mintaklah dengan orang yang cuba kita nak tayangkan. Sebarang aktiviti untuk menonjolkan sesuatu untuk keterlibatan masyarakat bukan tujuan berbangsa contohnya iklan. Kerana itu dikira dakwah (perkataan arab) dia buat orang tahu, orang tiru dia, orang ikut sama</p>
¶105: P	<p>¶106: Jadi sebenarnya dah habis dah soalan yang berkaitan dengan kajian saya, tapi mungkin Tuan haji ada nak tambah berkaitan dengan konsep tanggungjawab itu tadi, konsep tanggungjawab dalam islam. Mungkin ada penambahan atau Tuan Haji ada nak komen berkaitan perkara tersebut.</p>
¶108 : R	<p>¶109: Ya. Bila kita sebut tanggungjawab benda tu wajib. Tapi wajib bagi orang yang berkeupayaan. Dia kata, dalam islam itu, sekurang-kurangnya kita tidak melakukan kejahatan kepada orang. Itu kita sudah dapat. Satu tanggungjawab lah. Kalau kita banyak harta kita menyumbang, kita ada tenaga kita menyumbang. Kalau kita harta pun tak dak, tenaga pun tak dak, cakap baik pun di kira bersedakah, kalau nak cakap baik, nak mengajar, nak beri khidmat nasihat pun tak mampu, sekurang-kurangnya kita tak buat jahat kepada orang. Jadi maknanya semua orang bertanggungjawab, bukan orang miskin, bukan orang kaya sahaja, bukan orang berpangkat sahaja yang ada tanggungjawab, tapi semua orang, yang tak dak pekerjaan, yang mengharapkan pemberian orang pun juga ada tanggungjawab. Kita ni yang tak dak duit, jangan pula pi kacau dia, fitnahkan dia, dah lah kita miskin, tak menyumbang kepada kebajikan, tapi kita boleh menahan daripada tangan kita, mulut kita, kaki kita mengnggu dia, buat benda yang tak baik, itu sumbangan terhadap masyarakat itu.</p>
¶111 : P	<p>¶112: Kalau macam sesebuah organisasi contohnya tanggungjawab tu sendiri ada banyak cabang, contohnya kepada pekerja jadi bila bos tu sendiri buat baik kat pekerja dia, itupun salah satu tanggungjawab yang digalakkan dalam islam Tuan Haji. Kiranya tindakan yang baik</p>

¶114 : R	¶115: Itu kita kira kepimpinan melalui teladan. Kalau dalam al quran dia sebut (ayat al quran) apakah kau menyuruh orang-orang lain dengan kebaikan. Sedangkan kau merupai diri kau sendiri. Maksudnya kalau kita arah, kita panda memerintah sebab orang takot dengan kita, tapi kita sendiri tak buat. Dari segi dunia memang kita hebat. Tapi dari segi dengan Allah s.w.t kita tak betul. Sedangkan kita sepatutnya mendahulukan, menyuruh orang bertanggungjawab, punchcard, datang pagi, ikot masa bekerja, jangan tuang, jangan curi tulang, kita sendiri punch card pagi hilang, petang baru datang punch card balik kerana kita ada urusan peribadi kita sendiri. Allah kata (ayat al quran) besar kemurkaan allah s.w.t itu, bila engkau bercakap, engkau tak buat, maknya kita dengan allah. Kita dapat kaitkan hubungan kita dengan allah dan hubungan kita dengan manusia. Jadi kalau manusia tu tahu macam tu. Semua organisasi akan jadi ikut perintah, prinsip islam.
-------------	---

